

الإعلام الجديد : النظام والفوضى

د. عبدالله الزين الحيدري

أستاذ مساعد - كلية الاتصال

جامعة الشارقة

ملخص

تتناول هذه الدراسة موضوع الإعلام الجديد كظاهرة شمولية بدأت في الاتساع منذ ما يزيد عن عقدين من الزمن. ويمثل التطور التقني في هذه الظاهرة حقل الجاذبية الذي جلب إلى دائرته اهتمام أكثر من اختصاص في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية وفي العلوم الصحيحة كذلك.

كما تناقش هذه الدراسة إشكالية النظام والفوضى (Order and Chaos) التي بدت لنا بمثابة السمة البارزة للإعلام الجديد، والتي استعرناها من مجال الرياضيات والفيزياء بعد إفراغها من خصائصها الفيزيائية. فحالة النظام، تكشف عنها مظاهر التطور التقني الذي ساعد على ظهور فاعلين جدد في مجال الإعلام والاتصال، كما ساعد على نمو قطاع الأعمال والخدمات وتطوره في المجتمع. أما حالة الفوضى، فهي من صنفين: صنف تعرب عنه نزعة التخلي عن التقاليد الإعلامية المعمول بها في الإعلام الجماهيري التقليدي، وتجاوز الضوابط السائدة في صناعة المضامين الإعلامية والاتصالية، وصنف آخر متمثل في تدفق غير مسبوق للمفاهيم والمصطلحات التي بدأت تحدث نوعاً من التلوث المفاهيمي في المجال.

والأصل في هذا التضاد (النظام - الفوضى)، هو ظهور ما يعرف بصحافة المواطن. التي قلبت منظومة الإعلام الجماهيري، وحولتها من إعلام الضبط (Socialization) إلى إعلام الاستقطاب (Polarization). ومن الضروري، في مثل هذه الحال، أن ينكب الدارسون والمشتغلون بالقضايا النظرية والإبستمولوجية في الإعلام، على إعادة النظر في مضامين التكوين والتدريب الإعلاميين، بما يستجيب إلى خصائص المرحلة الراهنة. كما يلوح من الضروري أيضاً إعادة النظر في ما كان يعرف بالسلطة الرابعة.

مقدمة:

ازدان الخطاب العلمي اليوم في مجال الإعلام والاتصال، وكذلك في شتى فروع العلوم الإنسانية والاجتماعية، بالحديث الشاسع حول المرحلة الجديدة التي يعيشها العالم، والتحوّلات الكبرى التي أطلقتها العولمة، والمنعطف الجديد لمجتمع القرن الحادي والعشرين، والعالم الجديد المتشعب الأبعاد، المتنوع الذي ضاعف فرص التقارب والتواصل بين البشر، واستعر الجدل حول عولمة الثقافة. وعولمة السياسة، وعولمة الاقتصاد، وعولمة التاريخ، وعولمة السلوك.. ولاح في أفق المعرفة خطاب يبشّر بعالم جديد، وباقتصاد جديد، وبإعلام جديد، وبإنسان جديد، وبنمط جديد في التفكير، والعمل والإنتاج، بل من الخطابات من أعلن نهاية التاريخ (فرانسيس فوكوياما ١٩٩٢) ونهاية الأيديولوجيا، (دانيال بيل ١٩٦١) ونهاية الجغرافيا (بيار ليفي ١٩٩٤) ونهاية الأواصر العقدية (ميشال مافيزولي ١٩٩١)، ونهاية الإنسان (ميشال فوكو) ونهاية المؤلف، (جاك دريدا) ونهاية الفلسفة (هيدغر ١٩٦٤)، ونهاية الميتافيزيقيا (يورغن هابرماس) ونهاية العلم (جون هورغان)، ونهاية المثقف (فرونسو ليوتار، راسل جاكوبي)، ونهاية الإيمان (سام هاريس) هذا "... بالإضافة إلى الكلام المتكاثر على البعديات : ما بعد الحداثة والصناعة (فرانسوا ليوتار ١٩٧٩) أو ما بعد العلم والفلسفة، أو ما بعد الدولة والديموقراطية".^(١)

ولا يخلو هذا الكلام من روح التثوير، تثوير ما حققه العلم من تطوّر تقني، ونجد في أدبيات الاتصال الحديثة، كما في غير ذلك من الأدبيات الأخرى، السياسية منها والاقتصادية بالخصوص، توصيفات مغالية لما شاع من مفاهيم ومصطلحات، اقترنت معانيها بثورة المعلومات، وثورة الأنفوميديا، وثورة الاندماج، والثورة الرقمية، وثورة الاتصالات، وبدا كل إنجاز علمي ثورة بحد ذاته.^(٢)

فالمشهد الإعلامي هو حينئذ، مثير، متغير، مزدحم بالثورات والنهيات، والبعديات، مشهد يخترق أكثر من قارة معرفية، ويسكن أكثر من مجال حيوي مبشراً بحلول عالم تفاعلي متحرر من قيود المكان. ففي المجال السياسي ظهرت صيغة الحكومة الإلكترونية كأسلوب متطور مرن يسعى إلى تحقيق درجات التواصل المفتوح بين مؤسسات المجتمع المدني والأفراد الاجتماعيين، وكذلك إلى ضبط السلوك. وفي المجال الاقتصادي، حلّ الاقتصاد اللامادي، معلنا تحرير الفعل

الاقتصادي من ضوابط الزمان والمكان، ومنحه فرص الازدهار بلا حدود. وفي المجال الثقافي بدأت ترسم عبر قنوات الاتصال ملامح ثقافة كونية تجرّ وراءها حزمة من القيم النمذجة الجاهزة.

تبدو حالة النظام، هي الحالة السائدة في ما يجري من تحوّل على أكثر من صعيد. ويتجلّى ذلك بوضوح في اعتماد العالم على الطاقة الجديدة المتمثلة في نظام المعلومة. هذا النظام. هو الذي يمثل اليوم حجر الزاوية لكلّ ما يتراكم من تغيّر وتبدّل في القيم والسلوك، وهو الذي يحكم قوانين التطوّر الصنّاعي والاجتماعي والفكري، ونتحدّث في حدوده، - أحياناً - بشيء من المغالاة، عن مجتمع ديمقراطيّة المعلومات، ومجتمع المعرفة، ومجتمع التحدي^(٣). فالمعلومة التي كانت معانيها قبل عقود مضت، متصلة بصيرورة الأحداث والمستجدّات، وقرينة للفعل الإعلامي الخالص، (فرانسييس بال ١٩٧٩)، أصبحت اليوم المحرك الدينامي للتنمية، والمحدّد الرئيس للسيطرة، وامتداد النفوذ. لقد بدا العالم يستقر في بيئة جديدة من المفاهيم، والاستخدامات ضمن هذا النظام. بيئة تميّزها خصائص عديدة، أبرزها القدرة الفائقة على إنتاج المعرفة، ومرونة تبادلها بالسرعة التي تحقّق انتشارها على نطاق واسع لم يشهده التاريخ.

فحالة النظام تبدو مستقرّة إلى حدّ كبير، وثمة مؤشّرات عدّة، تفيد أنّ الاستثمار في مجال المعلومات يعدّ من أبرز أوجه استثمار رأس المال الإنساني والاجتماعي في كلّ من "الولايات المتحدة الأمريكية" و"أوروبا" و"اليابان". وتمثّل تكنولوجيا المعلومات في هذه الأوساط بالخصوص، المحرك الأساسي للنمو. ولقد أدركت المؤسسات بمختلف أصنافها، أهميّة الدور الذي تؤديه المعلومات في تحقيق النجاح والتقدّم، وبدأت في الانخراط في بناء أنظمة وصل واتصال، تمثّل فيها الإنترنت البنية التحتية للتطوّر. "أمازون" (Amazon) هي اليوم أكبر مكتبة لتجارة الكتب في العالم بعرضها لأكثر من ثلاثة ملايين عنوان، على الشبكة للجمهور العريض. شركة "دال" (DELL)، تحوّلت، خلال سنوات قليلة إلى أكبر مصنّع للحواسيب الشخصية في العالم بانخراطها في منظومة التجارة الإلكترونية. على صعيد آخر، نجد أنّ التقييم السوقي لمحرك البحث "غوغل" (Google) و"ياهو"

(Yahoo) يتجاوز ١٧٧ مليار دولار وهو ما يعادل التقويم السّوقي لكلّ من : " بوينغ " (Boeing) و " فورد " (Ford) و جنرال موتور (General Motor) و كولغايت (Colgate) و " ميرك " (Merck) مجتمعين ^(٤).

لقد أفرز هذا النظام ظهور فاعلين جدد في الاقتصاد والسياسة، وكذلك في مجالات أخرى مختلفة، كالاتصالات والقطاع السّمعي المرئي، والمعلوماتية، ولكنها مندمجة بفعل النظام الرّقمي، وبحكم الفضاء السيبرني الذي أتاحتها الإنترنت، ومن خصائصه: الانفتاح، وتحقيق النجاعة للمبادلات المالية والتجارية بحرية وسرعة ومرونة فائقة. كما أفرز النظام ذاته ظهور خدمات جديدة، التحم واقعها بالواقع اليومي للأفراد الاجتماعيين، ودخلت مفردات مثل الـ : " يوتيوب " (You Tube) و " سكايب " (Skype) و "فايس بوك" (facebook) معجم الملايين من الناس في العالم.

موضوع البحث وأهدافه

تتناول هذه الدراسة بالبحث، موضوع الإعلام الجديد، بوصفه مشروعاً اجتماعياً وظاهرة من الظواهر الاتصالية، التي أثّرت في حدوثها تطوّرات تكنولوجية متسارعة للمجال الوسائطي، وتبحث في مدى انتظام هذه الظاهرة الشاملة، ومستويات تأثيرها في نظام الإعلام الجماهيري التقليدي. كما تسعى الدراسة إلى فحص معادلة النظام والفوضى، بالمعنى الفيزيائي للكلمة، التي تبدو ظاهرياً في مجال الإعلام الجديد، بمثابة المحرك الأساس لدينامكية الإعلام والتواصل. فالخطاب المغالي للفتوحات الواسعة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، قد أفصح عن تجليات حالة النظام، فيما يشهده العالم من تطوّر وتغيّر سريعين، وذلك بتمثّل ما يتحقّق في مستوى البنية الإعلامية، والاتصالية، على أنّه استجابةً طبيعياً لحلم قديم راود الكثير من المتخصّصين في سوسيولوجيا الإعلام، الأمريكيين بالخصوص، كأن يشهدوا في يوم من الأيام عالماً، تكون فيه المضامين المكتوبة، والسّمعية المرئية، متاحة لكلّ الفئات الاجتماعية، عالم تفاعلي، ينتهي في حدوده دور الجمهور السّلبّي (آلان سيان ٢٠٠٤).

ولكن هذا العالم الجديد، على ما فيه من حفريات تكنولوجية عميقة بدأت تُغيّر من القيم والسلوك، لا يخلو من وجود حالة فوضى مزدوجة: فوضى في السماء يجسدها الحضور المتنامي لأقمار الاتصالات، والأقمار المتحركة وأقمار المراقبة والرصد، وفوضى على الأرض تتلوها الفضائيات، ويغذي أطوارها الفضاء اللامتناهي لشبكة الإنترنت. والأخطر من ذلك كله، فوضى المفاهيم والمصطلحات، المتزاخمة مع فيضان من التدني اللغوي، أدّى إلى تراجع مقاييس الجودة والإبداع.

ما الذي يحدث، حينئذٍ، وراء هذا التضاد الذي تعيشه الإنسانية اليوم؟ إننا بالذي عرضناه في المقدمة، يكشف بوضوح، من ناحية أولى، عن عالم يبشّر بإنسان جديد، ونظام جديد، وثقافة جديدة، وإعلام جديد، واقتصاد جديد، ويقدم مدخلا ليوثوبيا جديدة، وعن عالم آخر، من ناحية ثانية، تسوده فوضى على المستويين التقني والمعرفي، فضائيات بلا حدود، وإنتاج بلا حدود، وتوزيع بلا حدود، واقتصاد بلا حدود، وفضاء ثقافي بلا حدود، وحرّيات بلا حدود، وثراء بلا حدود، وفقر بلا حدود... عالم خالٍ من الحدود.

أهي القطيعة التامة مع عالم أصابه التقادم في ظلّ الحداثة؟ أم أنّ الذي يحدث هو ارتباط تعاقبي تواصل، ونمط من أنماط التعايش الجدلي مع القديم، حتى ولو بدا هذا التعايش متضمّنًا لتناقضاته، ومدّمّرًا أحيانًا لنماذج فكرية وسلوكية من الماضي؟ وعندما نتحدّث عن الإعلام الجديد، كحقل معرفي يختزل كلّ الأنواع الفكرية والثقافية التي اتسمت بها ملحمة ما بعد الحداثة، هل يجوز وصفه بالمجال الذي هدم أسس الإعلام القديم وحقق انقلابًا حقيقياً في نظم التكوين وقواعد الإنتاج والبت والتوزيع والتخزين والتبادل،؟ أم أنّ أمر الإعلام الجديد لا يعدو أن يكون ظاهرة قديمة مثقّلة بتوترات حديثة، هي من إفرازات التطوّر التكنولوجي المتسارع هل يقف التطوّر التكنولوجي عند حدّ التقنية كمجال للتطبيق، أم أنّه منبثّ في مجال الفكر والعلم؟ أيّة حالة تسود اليوم هذا المجال، حالة الفوضى أم حالة النظام؟

منهجية البحث:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، المهتمة في الغالب بتحليل المشكلات، والظواهر في بعدها السوسيولوجي، وتحديد خصائصها وفحص طبيعتها، ومتغيراتها، وكذلك دراسة اتجاهات نموها وتطورها. فموضوع الإعلام الجديد، بوصفه ظاهرة جديدة متغيرة، ليست مخصوصة بمجتمع بعينه بقدر ما هي حقيقة كونية، إنما يتسنى دراسة تجلياته، وتفكيك جوانب التطور والتغير في وسائله وأساليبه، باستخدام المنهج الوصفي، لكونه المنهج الموصل إلى فهم حقيقة الظواهر في الأنظمة الديناميكية المعقدة، ويساعدنا في دراسة الحال، على تبين مستويات التضاد في ظاهرة الإعلام الجديد، والمتمثلة في وجود حالتي النظام والفوضى في آن واحد. ثم إن الظاهرة في حد ذاتها، قد شهدت أطوارا مختلفة خلال العقدين الأخيرين مما استوجب تتبعها والوقوف عند أبرز محطاتها والنظر في خصائصها، وهذا إجراء يسمح بتحقيقه المنهج الوصفي.

ولكن الدراسة، بشقيها الوصفي والتحليلي، اقتضت في مستواها المفاهيمي ضرورة مسح الأدبيات والمراجع المتعلقة بموضوع الإعلام الجديد، وهي مرحلة أساسية لإدراك الأبعاد النظرية، والإيستيمولوجية في الموضوع، لذلك تم اعتماد المنهج المكتبي الذي يصنّفه المشتغلون بالمنهج ضمن المنهج الوصفي لكون المسح لا يتعدى، في جوهره حدود الوصف. وتبعا لطبيعة الموضوع وأهدافه، وسعيا لفهم الإشكاليات المطروحة، فإنه تعيّن علينا في البداية إبراز حقل الجاذبية في موضوع الإعلام الجديد، والكامن أساسا في حقيقة الاندماج التي عاشها العالم، وما ترتّب عنها من ظهور لأدوار ومهن جديدة، ثم تطرّقت الدراسة إلى فحص معادلة النظام والفوضى، كمعادلة رقمية، تمّ إفراغها من خصائصها الفيزيائية لتوظيفها في مجال العلوم الاجتماعية، وشرحها من خلال نظامين مركزيين في الإعلام الجديد، هما نظام الفضائيات ونظام التدوين، لتفضي في نهاية المطاف إلى الكشف عن تحول وظيفة الواب كفضاء للمعرفة، من وظائف فكرية معرفية إلى وظائف اجتماعية، وعن تحول الإعلام الضابط، وهو الإعلام الجماهيري، إلى الإعلام المستقطب، وهو الإعلام الجديد الذي برز بتدفق كبير للتدوين أو ما يعرف بصحافة المواطن.

١) الإعلام جديد في كل طور من أطواره

إنَّ التحوّل والتغيّر عبر التطوّر التكنولوجي، هو جوهر حياة الإعلام والاتصال. فالإعلام جديد في كل طور من أطواره. ألم يكن الإعلام جديداً مع ظهور الطباعة، وجديداً مع تطوّر الصحافة المكتوبة، وجديداً مع ظهور الفوتوغرافيا، وجديداً مع ظهور الإذاعة، وجديداً مع ظهور التلفزيون؟ ألم يتساءل الخبراء والباحثون في هذا الحقل عن مصير المكتوب أمام الدور الإعلامي والاتصالي الذي بدأت تؤدّيه الإذاعة بداية القرن العشرين، وعن مصير الإذاعة أمام الاستقطاب الإعلامي الذي حقّقه التلفزيون أواخر النصف الأوّل من القرن ذاته؟ كلّ ذلك لأن طبيعة التحوّل التي تقود إليها التقنية، في بعدها العلمي والإيديولوجي، تقتضي إعادة النظر في أمر ما يسمّيه ماك لوهان بالحميّة التكنولوجيّة.

ولكن ما يحدث اليوم من غليان واضطراب، وتبدّل سريع في المشهد، يتجلى بوجه مغاير لما حدث في تاريخ الإعلام والاتصال. فتطوّر التقنية الوسائطيّة في هذا المجال، يطرح اليوم قضايا معرفيّة حادّة تدور كلّها حول فهم الآفاق الحقيقيّة للواقع السوسيوولوجي، المركّب الذي أفرزه ظهور بيئة عالميّة جديدة تتمتع بقوة تدفق فائقة للمعلومات. ولقد أصبح من البديهي الحديث عن ظهور هذه البيئة خصوصاً لما ندرك تنامي الحضور المضاعف لتكنولوجيا الاتصال في المواقع التي تمثّل محور أنشطة المجتمع الديناميّة، ونتبيّن مدى اعتماد الأفراد الاجتماعيين، في إنتاجهم و مبادلاتهم، على الوسائط الجديدة للإعلام والاتصال إذ لا يخلو نظام علائقي اليوم من وجود أثر يعكس ثقافة الاستخدام المرن لتكنولوجيا المعلومات ممّا أدّى إلى حصر التفكير في تنمية أساليب التعامل، والتعايش مع الأنساق الحديثة لمجتمع المعلومات. والأصل في تشكّل مجتمع المعلومات إنّما يعود إلى بداية التسعينات من القرن الماضي لما لاحت الوظائف الاجتماعيّة الأولى لشبكة الأنترنت محقّقة لنجاح واسع النطاق في مستوى تبادل الرّسائل الإلكترونيّة، ومعربة في الوقت ذاته عن تأسيس علاقة جديدة بالمعرفة وبالعالم، دفعت بالإنسان إلى مراجعة منعكساته الاجتماعيّة في التواصل بل واستبدال جزء منها بما يجعله مسيطراً على جميع

الاتجاهات التي يحكمها النظام الرقمي العالمي. فالتطور التقني لا يحدث ولا يستمر وفق نظام مستقل بذاته، تحرّكه الوسائل و الأدوات، إنّما يرافقه تطور لسلوك إنساني هو بمثابة الأمر الواقع الذي ينظم ويراقب وسطا ثقافيا بعينه. لذلك فإنّه من الضروري، عند دراسة مظاهر التطور التقني الحديث، النّظر إلى مجتمع المعلومات على نحو لا يقوم التقنية المتطورة أكثر من اللازم لأنّ كلّ أشكالها مرتبطة ببنية فوقية من المفاهيم تقود الفرد إلى تعديل مناهج تفكيره وعمله، وتعاونه مع نظرائه. ولا شك أنّ ظهور " الواب " (Web)، كفضاء للفكر الجماعي أتاح مرونة لا مثيل لها في تبادل المعلومات، وإنتاج المعرفة، قد رافقته قراءة جديدة للزمان والمكان تحول بمقتضاها العالم إلى نظام مفتوح تنشّطه المعلومة في كلّ حالاته وأطواره، وإذا أخذنا في الاعتبار امتلاكه للرّمز والذاكرة، كما يقول "ريجيس دوبري" في حديثه عن التخزين الإلكتروني، وطواعيته في أداء وظائف اجتماعية واقتصادية ومعرفية، ندرك حقيقة وصفه بالعصب المركزي لمجتمع المعلومات.

لم يعد بإمكان العالم اليوم، وقد سعى منذ عقود إلى مضاعفة سرعة تدفق الرسائل و المضامين، التي تمثّل محور قوّته الإنتاجية، لم يعد بإمكانه الانفصال عن الشروط الإلكترونية لنظام المعلومات لأنّ قضية بناء المعرفة التي تشغل بال المفكرين و الباحثين من مختلف الاختصاصات العلمية، ليست مرتبطة بالمعلومة في بعدها المعرفي و الاستراتيجي، إنّما هي بالصيغة التي يطرحها نظام دمج الوسائط قضية تُكيّف مع الوسائط في حدّ ذاتها. ذلك أنّ كلّ مجال وسائطي جديد يعيد تشكيل العقد الاجتماعي (دوبري ١٩٩١) ... إنّ الطّريق الموصلة إلى المعلومات، غمرتها اليوم مسالك تقانية على غاية من التعقيد، واتباعها يستوجب معرفة تطبيقية دقيقة للتحكّم في وظائف الوسيط الإلكتروني بشكل عام، ولتحقيق الفعل الاتصالي على نحو تفاعلي ضمن ما يتراكم من دمج للوسائط و من أنظمة حاسوبية لا تروم الاستقرار و الثبات. و تقتضي طبيعة العمل والنشاط حتمية التكوين المستمر في مجال وسائطي متغيّر، نرصد تغيّره من الخلف.

٢) تقنية الاندماج والتواصل المندمج

من الواضح هنا وجود حقل للجاذبية تدور حوله المسميات الجديدة كلها وأبرزها الإعلام الجديد، ويتضمن الأشكال المادية لإنتاج المعلومات ومعالجتها ونقلها وتخزينها. وهي أشكال تتمدد وتتزايد مخلفة عبر مراحلها أجيالاً من المهن بعضها يقاوم الزمن، والبعض الآخر سرعان ما يتبحر ليحل محله جيل جديد ولنلاحظ مرحلة دمج الوسائط الموصوفة بـ : ثورة الاندماج، وعلى الرغم من أنها أتت متأخرة بأكثر من عقد من ظهور ما اصطلح على تسميته بالإعلام الجديد، فإنها تعد المرحلة البارزة في تاريخ الإعلام والاتصال، التي أربكت قواعد الفعل الإعلامي والاتصالي، وكذلك المهن الإعلامية والاتصالية، وجعلتها مهية للتبدل في كل حين، على أن هذه المهن لم تشهد الاستقرار على امتداد تاريخها التقني والاجتماعي، ولكن السرعة التي يتقرر بها تطور النظام الرقمي الوسائطي، هي المطروحة اليوم كعامل محدد للتفكير في السيطرة على المرتكزات الرقمية المندمجة ومحيطها المهني^(٥).

ولكن الثورة الحقيقية في كل ما يحدث من تبدل تقني وعلائقي، لا تتمثل في الاندماج، ولا في ظهور وسائط الاتصال الجديدة كما يشار إلى ذلك بشيء من المغالاة في العديد من أدبيات الاتصال^(٦)، إنها كامنة في احتلال المعلومات لصدارة القوانين والقيم المنظمة لحياة الفرد والمجتمع. فالتطور التقني إنما يجري على نحو يمنح المعلومات مركزية إنتاج النفوذ وإدارة العالم، والاندماج ليس إلا نتيجة لهذا المنطق^(٧).

ومن الطبيعي وسط هذا المشهد الذي تميّزه أساليب العمل اللامادية، الحديث عن مجتمع المعلومات، على الرغم من وجود فجوات عميقة في مستوى تدفق المعلومات واستثمارها : الفجوة بين الشمال والجنوب، والفجوة بين بلدان الشمال في حد ذاتها. فالمجتمعات في العالم لا تعيش عصر المعلومات بوتيرة واحدة وأنماط متجانسة. إن دخولها الحلبة المعلوماتية يشهد مستويات متفاوتة ولافتة للانتباه في العديد من الحالات، وتفيدنا الدراسات أن ٤٥٪ من المستخدمين للإنترنت في العالم ينتمون إلى بلدان أمريكا الشمالية في حين نجد ٨، ٠٪ من المستخدمين ينتمون إلى البلدان الإفريقية^(٨).

لم تمنع هذه الفجوة الرقمية انتشار ثقافة جديدة بدأت ملامحها تتسرّب حتى إلى داخل المجتمعات التي لا يزال انخراطها ضمن النظام الرقمي بطيئاً وأحياناً لا دلالة له، ذلك أنّ تكنولوجيا المعلومات ليست مجرد وسائط يسخرها الإنسان لتطوير بيئته الثقافية والاقتصادية، وتحقيق متطلّبات عصره، ولعلّ الرأى السائد قد يعتبرها أدوات حيادية، غارقة برمتها في محيط المكونات المادية. إنّ تكنولوجيا المعلومات، كغيرها من الابتكارات التقنية السابقة، مدجّجة بالقيم التي تغيّر من التفكير والسلوك، كما يشير إلى ذلك "برينو لاتور"، بل إنّها المولّد الحقيقي للتفكير والسلوك، فهي تصنع الفرد أكثر ممّا يصنعها.

وإنّ من أبرز ملامح هذه الثقافة هو أنّ الرقمية قد شرعت بعد في إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية على نحو ظلّ فيه التفاعل الاجتماعي مبنياً على الخطابات المتبادلة السارية في كيان المجتمع، معنى ذلك أنّ التفاعل الاجتماعي، لا يتحقّق إلا باستخدام الوسيط التقني، بوصفه أولاً أداة لإنتاج المضامين ونقلها، وهذه حقيقة صرّفت النظر في مجال الإعلام بالخصوص إلى الاهتمام بكيفية السيطرة على الوسيط المادي أكثر من الاهتمام بإنتاج المضمون الذي سينقله، وتتجلّى مظاهر السيطرة هذه في سعي المؤسسات الأكاديمية والمؤسسات التعليمية، ومؤسسات الخدمات، سعيها إلى وضع خطط للتدريب العملي، والتكوين في مجال استخدام الوسائط التقنية، والبرامج والأنظمة الحاسوبية، ولاعتباره ثانياً أداة التفاعل الفعلي بين المرسل والمتلقي، وبين المستخدم والمضمون، لأنّ التفاعلية في الجغرافيا الجديدة للإعلام والاتصال لا تتحقّق بين مرسل ومتلقي كما وصفها "فينير" في الخمسينات من القرن الماضي ضمن دراسات رجع الصدى في بعده الفيزيائي والهندسي، أو كما أوضحها "روبار أسكريت" في نقده للنماذج الخطيّة للاتصال إنّ التفاعلية اليوم تتمثّل في الدّور الذي تحوّل المتلقي بمقتضاه إلى فاعل في "وضع الأجندة" ^(٩).

لقد أدّى هذا التحوّل في المفهوم إلى تدفق سيلٍ من المهن الجديدة في مجال الإعلام والاتصال، تدور كلّها حول قاعدة مركزيّة، أشرنا إلى أهميّتها في حديثنا عن الاندماج (عبدالله الحيدري، الرّمز والأداة، ٢٠٠٧). وندرج في مايلي البعض منها

لنستدلّ على أنّ فهم أبعادها لا يختصره التطوّر التقني بحدّ ذاته، ويظلّ متعدّراً ما لم ندرك حقيقة التأثير الذي يسعى القائمون بالاتصال إلى تحقيقه عبر ألوان مختلفة من الشّد المستوحى من الرّموز اللّغويّة والهندسيّة والرياضيّة والفيزيائيّة..

Webmaster	مصمّم مواقع الواب.
Graphic designer	متخصّص في التصميم الجرافيكي.
Web writer	محرّر للواب.
Network architect	مهندس شبكة.
HTML Integrator	متخصّص لغة (HTML).
Web designer	متخصّص في التصميم للواب
E-commerce director	مدير شؤون التجارة الإلكترونيّة.
Advertising-Marketing Developer	مسئول التطوير التجاري للمواقع.
Editorial responsible	رئيس تحرير موقع.
Multimedia Designer	مصمّم مواد ملّيميديا.
Advertising Web Designer	مصمّم الإعلان على الواب.
Web-TV Producer	منتج برامج التلفزيون على الواب.
Web-Radio Producer	منتج برامج الإذاعة على الواب.
Video editing	تحرير ومونتاج الفيديو.
Video graphics	تصميم الفيديو الرّقمي.
Tricks visual and special effects	الخدع البصريّة والمؤثّرات الخاصّة.
Graphic Design Typography Type face	تصميم الخطوط والرّسوم الإلكترونيّة.
Photo retouching composing and color correction	معالجة الصّورة الرّقميّة.
Electronic Archives	الأرشفة الإلكترونيّة.
Follow direct broadcast	متخصّص في متابعة البث المباشر.

يتضح أنّ الواب هو المدار الذي تتحرّك فيه حزمة المهن المذكورة، والمكوّنة لمجالٍ يتشكّل باستمرار، ولعلّ أبرز ما يختزله الإعلام الجديد من معنى، يكمن في هذا المدار الذي أسهم، في تقديرنا، في بروز ظواهر من الفوضى بدأت تسود الأوساط المهنيّة والأكاديميّة والاجتماعيّة.

(٣) النظام والفوضى في المشهد الإعلامي الجديد

إنّ الفوضى المقصودة في هذا المضمّار لا تعني مجرد الاضطراب الطارئ على الظاهرة الإعلامية والاتصالية، أو التشويش العارض الذي يترتب عليه إرباك لبعض الوظائف في ديناميكية النظام، إذ يحدث أن يعتلّ النظام الإعلامي والاتصالي بسبب من الأسباب، أو تصيبه ضوضاء معينة تربك انتظامه. هذه حالات غير مولّدة للفوضى بالمعنى الرياضي والفيزيائي للكلمة لاعتبارها حالات قابلة للقياس، ويتم احتواؤها بتعديل النظام لذاته.

إنّ الفوضى المقصودة في سياقنا، هي التي تعرّض إلى ملاحظتها الرياضي إدوارد لورانز (لورانز ١٩٦١) عندما كان يجري سلسلة من العمليات الحسابية المعقّدة قصد التكهّن بالتقلّبات المناخية وكان أن اكتشف سلوكاً فوضوياً لنظام لا خطّي، يحول دون حصر دقيق للتنبّؤات الجوية.

من هذا المجال الفيزيائي - الرياضي، نستعير المفهوم لنوظّفه في مجال العلوم الإنسانية توظيفا يبيّن إلى حدّ ما أنّ ما يحدث من تفاعلات متقلّبة في مجال الإعلام والاتصال الحديث، لا يختلف كثيراً عمّا يحدث في مجالات أخرى كمجال الرصد الجوي مثلاً، لاعتبار المجالين نظامين ديناميين يسكنهما الاضطراب والفوضى. والاستعارة من هذا القبيل تقليد قديم في تخصّصنا: ألم تكن قياسات الخبر وقيمه الانتروبية (Valeur entropique) مستعارة من الديناميكية الحرارية؟ (Thermodynamique). ألم يكن التشويش الذي نقصد به، في التواصل، الضوضاء التي تصيب المعاني في الرسائل الإعلامية، مستعارة من النظرية الرياضية للمعلومات؟ (theorie mathematique de l'information). فالفوضى في مضمّارنا هي تلك السلوكيات العشوائية غير القابلة للقياس الدقيق، والتي لا يمكن احتواؤها بفعل تعديل يحدث داخل النظام، فالبيئة الجديدة المسماة اليوم بالإعلام الجديد، مهية لحدوث الفوضى لاعتبارها نظاماً دينامياً معقّداً تحدث داخلها سلوكيات غير منتظمة، وغير مستقرّة، بل إنّ عناصرها الماديّة والرّمزيّة مولّدة لمثل هذه السلوكيات. فالفوضى حينئذ تظلّ خاصيّة من خصائص هذه البيئة الحتميّة اللاخطيّة، التي أصبح من العسير التحكم في ديناميكيتها والتنبؤ بحالاتها

المستقبلية. ولنتبصر أبرز مكوّنات هذه البيئة لنفهم الانحرافات الكبيرة التي تخترقها.

نظام الفضائيات

تشهد الفضاءات الاجتماعية اليوم، بشقيها، الفيزيائي والثقافي، ازدحاما حاداً في مجال الصناعات الإعلامية، صناعات ذات تجليات استهلاكية، تراوح بين السياسي والديني والثقافي، والاقتصادي، والعلمي، والدعائي والترفيهي... ونجدها في موضع آخر مثيرة عندما نلمح في الفضاءات ذاتها وجود قنوات تنتج الجنس والدعارة، وتروج للانحراف الفكري والأخلاقي في غياب تام لسلطة الضبط والرقابة.

لقد تنامي خلال العقدین الأخيرین عدد القنوات التلفزيونية الجامعة والمتخصصة، بما لا يثير مجالاً للشك بتبدل ملامح المشهد الإعلامي، الذي بدأ يتحرر من احتكار إعلام السلطة ضمن سياق اتسم بظهور أنماط جديدة للإنتاج السمعي المرئي، وبروز جماهير مستهلكة، صعبة المراس، لا يتحقق استقطابها بسهولة إلا من خلال أصناف مدروسة من البرامج المتخصصة، الإخبارية والخدمات والترفيهية بالخصوص. ولقد لقيت أصناف هذه البرامج التلفزيونية، وغيرها من الفئات الأخرى التي يتم إنتاجها وفق رغبات الجمهور المتزايدة، لقيت نجاحاً واسعاً،^(١٠) ويعتبر هذا العامل من أهمّ العوامل الكامنة وراء إقبال أرباب الأعمال على الاستثمار في مجال الصناعات الإعلامية والثقافية. وتبيّن الدراسات أن عدد الفضائيات في العالم خلال العام ٢٠٠٧/٢٠٠٨، قد تجاوز خمسة آلاف قناة، منها ٣٢١٢ قناة غير مشفرة، ونجد في العالم العربي، أن نسق التزايد لعدد القنوات الفضائية العربية قد فاق الوتيرة الجارية في مختلف بلدان العالم، إذ ظهرت في ما بين ٢٠٠٤ و ٢٠٠٦، ٢٦٣ قناة مجانية على "عريسات" و"نايلسات"، وتصدر بلدان الخليج العربي طليعة البلدان الحاضنة لأعلى نسبة من هذه الفضائيات.^(١١)

وأول ما نتوصل إلى طرحه فيما عرضنا هو أن ملامح المشهد الإعلامي الجديد تجعل من الصعب الوصول إلى استقطاب اهتمام القارئ، والمستمع والمشاهد أمام

إنتاج إعلامي يتدرّج ويتضافر في حركة تصاعديّة، وفي حضور جماهير تتجاذبها ألوان من الإنتاج يراوح بين الترفيهي والديني والرياضي والسياسي والإيديولوجي والثقافي، وجميعها مدجّج بالقيم الثقافية، لذلك نجد وسائل الإعلام اليوم تعمل على أن يرتصف التعرّض إلى رسائلها أفقياً وعمودياً، بغاية تحقيق أقصى درجات التكرار والتعرّض، ولنا في ذلك مثل القنوات التلفزيونيّة التي تسعى إلى اختراق مجال المتلقين بانفتاحها المتعدّد التالي :

الانفتاح الأول: أحادي الاتجاه، ويكرّس نمط الاتصال الجماهيري المتمثل في البث التقليدي الموجّه إلى جماهير كثيرة في أماكن مختلفة، والملتقط عبر الهوائيات وأجهزة الاستقبال التلفزيونيّة، وكذلك البث عبر شبكة الإنترنت، وهو صنف من الخدمات موجّه للمشتركين الذين يستقبلون أيضاً البرامج الإذاعيّة ومحتوى الوسائط المتعدّدة والفيديو.

الانفتاح الثاني: تفاعلي، ويجسّمه، حضور المواقع الإلكترونيّة المصاحب لهذه الفضائيات، ونجد أن لكلّ قناة موقعاً إلكترونيّاً، يحقق نمطاً من التواصل التفاعلي مع الجمهور، كإبداء الآراء، وتبادل الأفكار، وتقديم الاقتراحات بخصوص المضامين الإعلاميّة التي يقع بثها، والانخراط في سبر الآراء والمسابقات.

الانفتاح الثالث: تفاعلي أيضاً وينبني على وجود حزمة من الخدمات التفاعليّة في مستوى ما يعرف بالتلفزيون الرّقمي الأرضي، وتتمثل هذه الخدمات في إمكانيّة القيام بالحجوزات المختلفة، والحصول على أخبار البورصة والطقس والأخبار المتعلقة بأنشطة المؤسسات الخدميّة والترفيهيّة. وهناك أيضاً التلفزيون التفاعلي، الذي حقّق حداً بارزاً من التفاعليّة النشطة بين الباث والمتلقي، إذ أتاح للمتلقى إمكانيّة تحديد البرنامج الذي يرغب في متابعته، وإمكانيّة التحوار مع المنشط أو المشرف على الإنتاج، وكذلك إمكانيّة القيام بعمليات تجارية مثل البيع والشراء، وإمكانيّة التصويت وإبداء الرأْي^(١٢).

الانفتاح الرابع: وهو الصنف الحديث المعروف بالتلفزيون الشخصي المحمول ويتمثل في تقنية تمكّن المشاهد من متابعة برامج التلفزيون أينما كان باستخدام الهاتف الجوال، أو باستخدام أيّ تقنية طرفيّة أخرى محمولة. ولقد شهد التلفزيون

الشخصي المحمول بدايته في كلٍّ من "اليابان" و"كوريا" و"ألمانيا" و"فلندا" وينتظر أن يحقق رواجه في أوروبا سوقاً مزدهرة اقتصادياً.

والسبب في هذا الازدهار المبني على تنوّع الخدمات الإعلامية، واتساع دوائرها في المكان والزّمان، لا يمكن تعيينه في مجرد تطورٍ تقني عابر، إنّما العامل الجوهرى لوجود هذه التضاريس الجديدة يعود إلى الاندماج الرّقمي، مثلما أشرنا إلى ذلك سابقاً، بوصفه حقيقة جامعة لسلسلة مترابطة من العمليات الديموجيّة، شملت الشبكات والمضامين والمهن وتكنولوجيا الإعلام والاتصال. وإنّ ما يتراكم اليوم من إنتاج في الصناعات الثقافيّة والإعلاميّة، ومن تعدّد في المرتكزات والقنوات الناقلة للبرامج السّميّة والمثليّة، يستمدّ علّة وجوده من حقيقة الاندماج الرّقمي بمفهومها الأعمّ، التكنولوجي، والاقتصادي، والثقافي أيضاً لاعتبار الفرد الاجتماعي اليوم كائناً مندمجاً، إذ يسعى إلى استقبال المضامين الإعلامية المفردة، أو المركّبة واكتسابها عبر بنية من الأفعال الاتصاليّة المتصلة، تقوده إلى استخدام أكثر من وسيط تقني في الوقت ذاته، فإذا بالتلقي حصيلة أفعال مدمجة في المكان والزمان.

يقودنا هذا الواقع إلى تبصّر مدى التشابك، لا في مستوى مكوّنات الرّسالة الإعلامية بحدّ ذاتها، بل في تنوّعها وفي طرائق تدقّقها المرن عبر أكثر من قناة في وقت واحد، ممّا يجعل فيضها أمراً يصعب حصره إذا ما استحضرنّا إمكانيات المتلقي الواحد لاستقبال الرّسائل واستيعابها.

تجعل هذه الصّورة من البنية الإعلامية نظاماً يعمل في كلّ الاتجاهات، نظام يحاصر المتلقين أيّاً كان موقعهم، وأجهزة الاستقبال تسمح بذلك. فكم من مضمون إعلامي يحتمل أن يتعرّض له المتلقي يومياً عبر مختلف أنظمة البث المتاحة؟ وكم من ومضة إعلانيّة معبّأة داخل كلّ مضمون؟ لا شكّ أن الرّقم يتجاوز عشرات المئات يومياً. ويورد الباحثون في هذا التحديد أمثلة مثيرة بعض الشيء، من ذلك أنّ المواطن الكندي العادي، يتعرّض، يومياً، إلى معدل ٤٠٠٠ رسالة إعلانيّة (١٤)، ومن المفيد في هذا المقام التساؤل عن الرّسالة، أو مجموعة الرّسائل التي يتوقّع أن تصل المتابعين للمواد الإعلامية، وتستقطب اهتمامهم بعيداً عن التشويش المحتمل

حدوثه أثناء بث الرّسالة ونقلها، وما الذي يمكنهم الاحتفاظ به وتدوينه ذهنياً؟ وما هو الخطاب الأكثر تأثيراً في تفكيرهم وسلوكهم؟ وما هو الأسلوب الذي يجعل الرّسالة الإعلامية تظفر بالمسلك الذي يجنبها الضوضاء بالمعنى السيميائي للكلمة، ويجنبها كذلك سلوك الجمهور الغافل أو المتغافل؟

إنّ المتفحّص في أمر الفضائيات، ومدى اختراقها لواقع المجتمعات، وتأثيرها في المتلقين، إذا أخذ في الاعتبار خصائص المشهد الإعلامي الجديد، استطاع أن يحدّد أهميّة الموضوع من وجهة نظر ثقافيّة، فيتسنى إذن إدراك أهميّة البعد القيمي والأخلاقي في هذا المناخ المتلاطم بالرسائل مختلفة الألوان.

وأوّل مراتب البعد القيمي والأخلاقي، من الوجهة السوسولوجيّة أنّه اهتمام مركّز، ببناء الإنسان وهذا معطى غائب في منظومة الصناعات الإعلاميّة عموماً، القائمة على منطق الكسب والربح اللامحدود.

نكاد نجزم أنّه لا وجود اليوم لمشروع إعلامي تلفزيوني مشترك تدفع به إرادة جماعيّة نحو بناء الإنسان، وإن وجدت بعض المشاريع الجادة في العمل على تحقيق الغرض المذكور، فإنّها تعمل خارج الإرادة الجماعيّة. هنا تكمن مظاهر القوضى، وتتضح ملامحها. ففي حين أتاح البث عبر الأقمار الصناعيّة إمكانيات هائلة للنقل، والتبادل والتشاقف، وأرسى نمطاً من ديمقراطية الإعلام والاتصال، وفتح مجالات وسيعة لتقديم الخدمات العلميّة والتربويّة والثقافيّة وغيرها من الخدمات الأخرى المفيدة للمجتمع، نكتشف في المخرجات نتائج غير التي كان ينبغي أن تتحقّق بوجود تقنية متطورة فرضت على العالم مفهوم القرية الصّغيرة. وتفيدنا بعض الدّراسات الحديثة، أنّ ٧٤٪ من المشاهد التي يتابعها الأطفال في البرامج الكرتونيّة تؤدي إلى ظهور سلوك إجرامي لديهم^(١٤)، في الوقت الذي يجب أن تكون فيه البرامج الكرتونيّة، وغيرها من برامج الأطفال، برامج تنشئة حقيقيّة، موصلة إلى إرساء ثقافة التكوين، والبناء السليم للذات والمجتمع. وتبيّن بعض الدّراسات الأخرى^(١٥) ظهور مرض يعرف بـ "دش سيندروم" يصيب المدمنين على متابعة القنوات الفضائيّة، واستمرار تعرضهم لفئات البرامج التجاريّة المثيرة للمشاعر. ومن مخاطره زعزعة الأخلاق. وورد في دراسة سوسولوجيّة أجريت على عيّنة تتألف من ٥٠٠

طالبة، أن هؤلاء الفتيات أصبن بأمراض في الجهاز التناسلي والمجرى البولي.. (وطرأت) تغييرات كبيرة على سلوكهن، حيث انحصرت تفكيرهن غالبية الوقت في الجنس"..^(١٦). وتوجد اليوم ١١٢ قناة جنسية ناطقة باللغة العربية^(١٧) تستخدم في حدودها لهجات مختلفة بغاية تحقيق التعرض الشامل لكل الفئات الاجتماعية في البلدان العربية.

كان لا بد أن يقود التطور التقني إلى بناء مشروع حضاري معقلن، بعيد عن الفوضى، لأن فعل التطور بحد ذاته فعل مرتبط بالعقلنة بالمعنى الذي قصده "ماكس فيبر" في حديثه عن العقلانية القاضية بـ "إدخال التقنية إلى التبادل والتواصل"،^(١٨) ولكن الذي يحدث اليوم في خضم التطورات التكنولوجية المتسارعة يناقض مشاريع التنشئة الحاملة بتقنية تدفع بها إلى الأمام، ويحتاج في الوقت ذاته إلى ما يسمّى عند "هابرماس" بالأخلاق التواصلية^(١٩).

نظام التدوين

تتعايش مع فوضى الفضائيات، فوضى من صنف آخر وهي التي تجري في مجال بعيد عن قطاع المال والأعمال، مجال تستثمر فيه الرّموز والدلالات، ألا وهو مجال التدوين. ولعلّ المجال الذي أكّد للكثير من الباحثين والخبراء في الإعلام والاتصال، وكذلك عامّة الناس، أكّد لهم قصّة أنّ الإعلام اليوم، هو إعلام جديد بلا منازع، بل إنّه النشاط الأبرز الذي يتجلّى في أطواره معنى الإعلام الجديد. فعل التدوين عرفته كلّ المجتمعات البشرية، ولكلّ مجتمع أساليبه وأدواته في التدوين. ولقد جرى التدوين

أذكرُ عندما كنّا أطفالاً بالمدارس، أذكر كيف كنّا نقنتي أصناف الكراسات الجميلة التي نسجّها لتدوين ما تتميز به حياتنا الدراسية والاجتماعية من تجارب مختلفة، كنّا ندوّن نجاحنا وفشلنا ومحبتنا وأحلامنا على صفحات بيضاء، نعيد إخراجها بزيينة جديدة. كنّا نجتهد في ابتداعها واقتباسها من خيالنا الذي لا يعرف قاعدة في الرّسم أو في الإخراج. كنّا ندوّن ذلك من دون معرفة ما إذا كان الكرّاس بوصفه مرتكزاً - ورقياً - سيقاوم الزمن على مدى طويل، لأنّ

القصد من التدوين كفعل إنساني هو في أذهاننا يتلخّص في بناء تراث فردي نأمل أن يطلّع عليه الآخرون في يوم ما ، تراث كنّا نتبادل بعضه عبر حلقات الاتصال الوجيه في حدود فضاءات الاتصال التقليدي، وكذلك عبر البريد من خلال إنشاء الرسائل التي نتبادلها و التي ينقلها لنا ساعي البريد.

فمسألة التدوين هي حينئذ مسألة قائمة في ذاتنا، بل هي جزء من ذاتنا، لاعتبار فعل التدوين ضرباً من ضروب تحقيق الذات. ولقد اطرّد في العرف البشري تعريفه على أنه "جمعٌ لتجارب الإنسان ومواقفه وآراءه وأطروحاته العلميّة"، جمعٌ يعكس حرص الإنسان على مشاركة الآخرين خبراتهم وأحاسيسهم وانتظاراتهم، وكذلك حرصه على ضغط الزمن و"تحنيطه" لاستحضاره متى وجب ذلك.

والتدوين فعل لا يختصّ به فرد دون آخر ولا مجتمع دون آخر، ولا عصر دون آخر، إنّما هو حقيقة إنسانية عرفتّها كلّ المجتمعات، ولكن بأساليب تختلف باختلاف أدوات التواصل المتصلة بكلّ عصر. فمن التدوين على الأحجار والكهوف، إلى التدوين عبر المخطوطات، فالتدوين المطبعي، ثمّ الإلكتروني.

إنّ المتغيّر في فعل التدوين هو الأداة. ولكن هذا أمر ظاهري لأنّ الأداة عندما تتغيّر، تجرّ إلى دائرتها منظومة التفكير كاملة، فهي لا تشتغل بمعزل عن العمليات الفكرية المركّبة، بل إن العمليات الفكرية برمّتها لا تدور بعيداً عن الأداة المجسّمة والناقلة للأفكار.

وإذا اعتبرنا بضرب من التسليم أن التدوين حقيقة قارة، نجده في الماضي البعيد، فعلاً اجتماعياً يخترق الزّمان، وغايته بقاء الأثر المدوّن بصرف النظر عن أهميّة نقله وتداوله كشكل من أشكال التواصل، ولو أنّ القصد من بقاء الأثر هنا هو التداول. بينما نراه اليوم سلوكاً يخترق المكان لاعتبار الغاية المركزية في فعل التدوين هي النقل والتداول والمشاركة على نطاق واسع جداً.

والتدوين لغة من ديوان يعني الدفتر الذي يكتب فيه أسماء الجيش وأهل العطاء (لسان العرب)، والدلالة الواضحة من الاصطلاح اللّغوي، هو أنّ التدوين شكلٌ من أشكال حفظ الأثر مهما كان جنسه وبأية وسيلة جرى فعله. ولقد كان القرآن في عهد الرّسول صلّى الله عليه وسلّم يدوّن على الرّقاع والسّعف، بجهود فردية،

ليكون محفوظاً. وقد قال عليه الصلّاة والسّلام: "لا تكتبوا عني غير القرآن". والحفظ - حفظ القرآن - في سياق الحال، هو المراد من التدوين عبر الكتابة. ومع تطوّر الفكر وتراكم المعرفة، اتسع المعنى ليشمل التجميع والبناء. ولقد شهد عهد أبي جعفر المنصور، الخليفة العبّاسي، هذا الصّنف من التدوين، وسمّي ذلك العصر بعصر التدوين، لشرع الفقهاء في تدوين العلوم من حديث وفقه ولغة وتفسير وتاريخ.. بإرادة ممأسسة، أي بإشراف الدولة مثلما أوضح ذلك "محمد عابد الجابري" في "تكوين العقل العربي" (الجابري ١٩٨٤).

ولم يقتصر التدوين على التجميع والتصنيف والبناء، إنّما تعدّى ذلك إلى الشرح والبيان. ولذلك تتعدّد القراءات لتراث فكري وعلمي واحد، وتختلف، والسبب راجع إلى تقاطع فعل التجميع والتصنيف مع الشرح، وإبداء الرأْي في ما يتم جمعه وتصنيفه.

التدوين الحديث - مثلما سنوضح - يجمع كلّ الأصناف التي سبق ذكرها، من حفظ وتجميع وبناء وتصنيف، وشرح، بل ظلّ أيضاً، مصدراً ثرياً للتعبئة والدعاية والإعلان، وهي مجالات لم يخل منها التدوين التقليدي، ولكنّها اليوم، وبالصّيغة التي يجري على نحوها التدوين الإلكتروني، ازدادت نتوءاً في حضور تقنية متطورة مندمجة تتيح التقاء عناصر مختلفة على قاعدة مشتركة.

أشكال التدوين الأولى ظهرت في فرنسا مع مطلع ١٩٨٩ في حدود شبكة اتصاليّة داخلية عرفت باسم "المينيتال" (Minitel)، وهي تقنية اتصالية موصولة بالمعلوماتيّة تتيح لمستخدميها المحليين خدمات بريدية واقتصادية وثقافيّة محلّية، محدودة إذا ما تمّ قياسها بالخدمات التي توفرّها الإنترنت اليوم. ولكن التدوين على نطاق أوسع، وعلى نحو يتمّ فيه تحميل النصوص والصوّر وصور الفيديو، ظهر في الولايات المتحدة الأمريكيّة أواخر التسعينات من القرن الماضي، وتطوّر مجاله باتساع دائرة استخدام شبكة الإنترنت، ونمو الشركات الناشئة للمدوّنات الإلكترونيّة مثل "بلوغر" (Blogger)، و"سكايلوغ" (Sky Blogger) و"أوفربلوج" (Overblog) و"سيكس أبارت" (Sixapart) والتي أتاحت توفير قوالب جاهزة لاحتضان المدوّنات، قوالب ذات تصاميم متنوّعة، مرنة الاستخدام، مرفوقة بحزمة

من الأدوات تساعد المستخدم على التحكم كيفما يشاء في شكل مدونته ومضمونها، وتمكّن في المقابل المتصفحّين للمدونة من التفاعل الفوري مع المضامين. لقد لقيت الخدمات التي توفرها هذه الشركات، وغيرها من الشركات الأخرى في المجال ذاته، إقبالا كبيرا للمدوّنين ممّا أدى إلى طرح تصاميم جديدة مصحوبة بخصائص متطورة، ومميّزات فعّالة ضاعفت من أهميّة التدوين، مثل إمكانية الأرشفة، وإمكانية التصنيف، وتعديل الموضوعات، وإدراج التعليقات، وإدراج الروابط الإلكترونية المباشرة، وإحصاء الزوّار، وإمكانية حجب النصوص أو إتاحة قراءتها للجميع.

إنّ مجانية الخدمات في هذا النطاق، وسهولة استخدام البرامج المعدة لإحداث المدونات، تتبّهنا إلى ظاهرة تنامي ارتفاع عدد المدوّنين ارتفاعا ملحوظا في حدود زمنية وجيزة. وتشير بعض دراسات السوق إلى وجود ما يقارب ٢٧ مليون مدونة شخصية في العالم إلى حدّ عام ٢٠٠٦^(٢٠). وهذا عدد كبير لاعتباره لا يجمع كلّ أصناف المدوّنين، إذ نجد المدونات المؤسّسية التي تعنى بتطوير مستوى العلاقات مع المحيط المباشر، والمحيط القريب، وصيانة صورة المؤسّسة على المستويين الداخلي والخارجي، وكذلك المدونات التعليمية ذات الطابع البيداغوجي، والمدونات الجمعياتية الهادفة إلى التعريف الفوري والمباشر بأنشطة الجمعيات وتحقيق تفاعل منتج مع المحيط. وهكذا يظل التدوين نشاطا فكريا اتصاليا يخرق كلّ المجتمعات بجميع أطيافها، ولو أنّ النسبة الأهمّ في التدوين الشخصي نجدها عند فئات الشباب، وقد بلغ عدد المدوّنين الشبان في فرنسا عام ٢٠٠٧ سبعة ملايين مدوّن^(٢١).

ولكنّ التدوين - فضلا عن كلّ ذلك - حقيقة اجتماعية اتسع حجمها وتزايدت أهميّتها لكونها متحرّرة من الضبط والمراقبة إلى حدّ كبير، وهذا معطى هام يسهم في الكشف عن واقع الفوضى داخل هذا النظام. وإذا سعينا إلى تعريف هذه الحقيقة حقيقة التدوين بغاية رصد مستويات الفوضى، نجد أنّ التعريف لا يستوعبه قول واحد يكشف عن شأنها لأنّ فعلها مركّب للغاية. إنّ تعريفها أمر مزعج كما هو الحال في تعريف الثقافة، أو في تعريف الاتصال. وحتى نتجاوز هذه

الصَّعُوبَة في تقديم تعريف دقيق للتدوين، نقول إنه جزء من العمليَّات الفكرية، المعقَّدة، المتراسة لدى الإنسان، وجزء من ردود فعله، وانفعالاته إزاء الأحداث السَّارية في المحيط الاجتماعي والطبيعي، وهو كذلك جزء مما يجري في حلقات التواصل بين الأفراد والجماعات، وجزء مما يتم تبادلُه من أفكار وآراء عبر وسائل الاتصال التقليدي، وجزء من الضوضاء الثقافية التي تصيب الحقائق في المجتمع، هو جزء من الحقيقة وجزء من الكذب. هو أيضا جزء من الخطاب الذي يدور حول عمل وسائل الإعلام وتأثيرها في المجتمع.. فالتدوين في نهاية المطاف هو كل هذه الأجزاء مجتمعة بعضها مع بعض، تغذيها أحيانا رغبة شديدة في الحديث عن الذات، وأخرى في الحديث عن الآخرين، رغبة متحررة من كل أشكال الرقابة، وقد يكون التدوين بالنسبة إلى الكثير من الأفراد شكلا من أشكال تحقيق الذات، ونشاطاً فكرياً يحقق انتصار الفرد على النماذج الخطيَّة للاتصال.

ماذا يعني التقاء كل هذه العناصر ببعضها البعض على الشبكة ؟ لا شك أن في ذلك ثراءً كبيراً للمعلومات، وتراكماً متزايداً للمعرفة، وقد ارتبطت، في عصرنا العمليات الاقتصادية والعلمية والسياسية، وإدارة النشاط والعمل، ارتبطت ارتباطاً لا فكاك منه بالمعلومة، بوصفها الطاقة الجديدة المحركة للتنمية. ولقد بدأت تزدهر على الشبكة المدونات المتخصصة، مثل المدونات الطبية والهندسية والرياضية والاقتصادية، والبيئية، والإعلامية، والدينية، واللسانية، والقضائية، والقائمة تطول لتشمل شتى فروع المعرفة. وهي مدونات محصورة كلياً في تخصصات أصحابها، ومواكبة لنسق تطوُّر البحث العلمي^(٢٢)، وشكَّلت بذلك نظاماً عشائرياً مندمجاً، بات يمثل إطاراً مرجعياً للدارسين والباحثين، وكذلك للطلاب في المدارس والجامعات.

٤ من الواب السيمبائي إلى الواب الاجتماعي:

لئن اتسم فلك التدوين بظهور العشائر العلمية الفاعلة اليوم في المنظومة التعليمية، فإن لذلك أسباباً موضوعية تقتضي النظر العميق بما أن العلاقة مع المعرفة قد تغيرت. وأبرز هذه الأسباب يتمثل في سعي العلماء والباحثين والمفكرين

والدارسين إلى تحقيق ما نسميه بالحضور الرقمي الذي يؤكد الوجود الفعلي لأرباب العلم ومنتجي المعرفة، فالوجود هو وجود رقمي، ومن لا حضور له اليوم على الشبكة، لا وجود له رمزياً.. وينقسم البشر في معجم النظام الرقمي الجديد إلى قسمين: قسم الفئات التناظرية (Les etres analogiques)، وقسم الفئات الرقمية (Les etres numeriques). فأما الفئات التناظرية فهي التي لا تملك حضوراً ما على الشبكة، وتستمر في تكريس أنماط التواصل التقليدي. وأما الفئات الرقمية، فهي التي عبرنا عنها في غير هذا السياق بالفئات المندمجة التي تحقق حضورها الفعلي من حضورها الافتراضي في وجودها على الشبكة. ويفيد هذا التقسيم انخراط العالم في منظومة جديدة للتفكير والإنتاج والتواصل تجعل من الوجود الرقمي الخاصية الأولى للوجود بشكل عام.

إلى جانب المدونات العلمية، توجد مدونات التسويق السياسي والاقتصادي، وهي مساحات لا تقل أهمية عن سابقتها، بل نجدها أكثر تغلغلاً وتأثيراً في توجيه الرأي وصناعة القرار. وقد كشفت الانتخابات الرئاسية الأمريكية الأخيرة (نوفمبر ٢٠٠٨) فعالية الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، والمدونات في المد من شعبية "باراك أوباما"، وبيّنت أن شبكات البث الكبرى في العالم، والتي لا تزال تحظى باهتمام الجماهير^(٢٣) مثل "تايم وارنر"، (Time Warner) أو "سي إن إن"، (CNN) أو أي بي سي، (ABC) لم تمنع فعل التدوين من اتخاذ منحى تعبويًا جماهيريًا على مستوى استقطاب اهتمام مختلف الفئات الاجتماعية، بل إن باراك أوباما اتخذ من الشبكات الاجتماعية مثل "فايس بوك"، (Facebook) و"ماي سبايس" (myspace) ومن المدونات، اتخذ منها "السلاح الخفي" لإنجاح حملته الانتخابية، والفوز بالرئاسة، إيماناً منه بأن التأثير في الجماهير، إنما يتحقق عبر شبكة الإنترنت خصوصاً في مجتمع مثل المجتمع الأمريكي حيث ارتفاع نسب المستخدمين للإنترنت، وقد تمّ في ٢٠٠٧، إحصاء ٢٢,٧ مليون مستخدم لـ "فايس بوك" (Facebook)، وهذا رقم يعرب عن تزايد أهمية الإنترنت في حياة الناس بشكل عام، وتفيد بعض الدراسات أنه يتم إنشاء ١٢٠,٠٠٠ ألف مدونة في العالم يومياً^(٢٤). وأمام هذه الأهمية البالغة للمدونات، شرعت بعض قوى الضغط، والجمعيات

والأحزاب والمؤسسات بمختلف فئاتها، في العديد من المجتمعات، شرعت في تجربة المدونات، لتحقيق مستويات من التفاعل مع المحيط، تهدف إلى تحقيق تواصل اجتماعي أكثر أنسنة، على غرار ما يحدث في مستوى المدونات الشخصية، وكذلك لضمان حسن سير العمل داخلياً وخارجياً، وصيانة صورة المؤسسة بالقدر الذي يضمن تطورها. ونجد أن مؤسسات كبرى مثل "إي بي أم" (IBM) و"غوغل" (Google) و"بوينغ" (Boeing) و"جنرال موتورز" (General Motors)، قد بدأت تجربة التدوين لما في ذلك من فعالية في التواصل وجدوى في تحقيق الحضور المتميز لدى العملاء.

يبدو جلياً، في ضوء ما تقدم، أن فعل التدوين، قد تخلص من الفكر السائد الذي يعتبر المدونات ركيزة المهّشين في المجتمع، والمضطهدين سياسياً، ليتجلى كأداة لها القدرة على التعبئة والتأثير^(٢٥)، على أن هذا الفكر السائد، من وجهة نظر سوسيولوجية، هو الأصل في منح التدوين الأهمية التي يحظى بها اليوم. ونصل عند هذا الحد إلى موطن النتوء في النشاط التدويني والمتمثل في المدونات الشخصية. تتمثل منطلقات التدوين الشخصي في أن غاية المدون الانخراط في مجتمع افتراضي، والتعبير عن أفكار أو أحاسيس أو مواقف وآراء، ما كان له أن يعبر عنها بالصيغة الجارية اليوم، لولا الهندسة الجديدة لـ"الواب" (Web) الواردة تحت اسم : (واب ٢,٠) (Web 2.0). وهي الهندسة التي حوّلت الواب من مداره السيميائي الفارق في المضامين إلى مداره الاجتماعي العلائقي، المزدهر بالتفاعلات والانفعالات مع ما يتم استثماره من مضامين وخدمات لا حصر لها، وهي كذلك الهندسة التي منحت الفرد قوة التحكم في المضمون الذي يبثّه والمضمون الذي يستقبله، وهيأت له التربة الصالحة للتواصل والاندماج عبر زراعة الأفكار والأحاسيس، والمهم في هذه الزراعة، وكما أسلفنا تبيانها، تحررها من الرقابة، وخلوها من القواعد والقيود، لأن المدون، في مباشرته للتدوين، لا يبحث كيف يدون، وبأي أسلوب، إنما يصرف نظره عن كل إجراء، لغوياً كان، أو منهجياً، أو فنياً، وبذلك ترد المدونات في أنسجة متكاثرة إلى حد اعتبار أن كل ما يخطر ببال الفرد هو مادة صالحة للتدوين، وبالتالي للتواصل والتبادل. فالتدوين على النطاق الشخصي

بالخصوص، لا يستقرّ على جنس معين من الأفكار والأطروحات، فنجد المدونات المهتمة بألوان الأدب، والمدونات الغارقة في شؤون السياسة والدين والاقتصاد ممن يجيدون التحليل والتحرير وممن لا يجيدون، والمدونات الإخبارية، الواصفة، الناقدة لأحوال الناس والمجتمع ممن يدركون ماهية الأخبار وممن لا يدركون، والمدونات الناقلة للتجارب الشخصية... والأصناف كثيرة وهي _ كما ذكرنا _ محصلة التجارب الماديّة، والحسيّة، والثقافيّة للفرد.

هكذا غداً مشهد التدوين فضاءاً للتعبير والتفاعل المتزايد وسط جغرافيا اجتماعيّة متعدّدة المواقع والثقافات، ومجالاً نشطاً لتحقيق الأرباح، وبسط النفوذ^(٢٦) يلتقي في حدوده العالم والمفكر والباحث والخبير والسياسي وطالب العلم... وعامة الناس بمختلف مراتبهم التعليميّة والتكوينيّة. وأبرز المستخلصات في هذا المضمار، أنّ التدوين، كسائر الأنشطة الرقمية الأخرى الجارية على شبكة الإنترنت، هو أيضاً فضاء المفارقات المثيرة، يمتزج فيه الكذب بالصحة، والافتراء بالصدق، والتحريف بالصواب، والغشّ بالنصيحة.. وكأنّ ما يحدث من مفارقات، نسق مفروض على الشبكة^(٢٧).

٥) الزّمن الميدياتيكي

إنّ التقاء كلّ هذه الأجناس على الشبكة، بجميع مفارقاتها، يعني كذلك اتخاذها سرعة التحوّل ذاتها المعتمدة في الاتصال الجماهيري لنقل الرّسائل والمضامين، وقد حدّدنا ماهيتها وأصنافها في غير هذا السياق^(٢٨) وبينا أنّ لمضامين الإعلام - كما للأجسام - سرعة تحوّل يمكن قياسها بالمعنى الرياضي للكلمة، وهي سرعة تراوح بين السرعة اللحظيّة (vitesse instantanee) وسرعة الطّواف (vitesse de croisiere). ومراتب التأثير إنّما تتحقّق وفقاً لطبيعة السرعة التي يتخذها المضمون الإعلامي وهي التي يحددها القائمون بالاتصال. ونرى اليوم أنّ من الخصائص البارزة للإنترنت، خصائص لم تستوعبها بحوث الإعلام العربيّة، تتجلّى في قيام نظام الإنترنت، على معادلة زمنيّة تجمع في الوقت ذاته، السرعة اللحظيّة، وسرعة الطّواف، وهذا ما عبّر عنه البعض بـ"الزّمن العالمي" الذي هو

بمثابة الزّمن العابر " للحدود بين القارّات والمجتمعات واللّغات عبر طرقات الإعلام المتعدّد وشبكات الاتصال الفوري التي تنقل الصّور والرّسائل والعلامات بالسرّعة القصوى من أيّ نقطة في الأرض إلى أيّ نقطة أخرى.. " (٢٩). ويقابل هذا الزمن في منظورنا ما أسميناه بالزّمن الميدياتيكي (temps mediatique)، المتشكّل في عصرنا من تقاطع الزّمن اللحظي وزمن الطّواف. وصورة ذلك هو أنّ حياة الفرد اليوم ظلّت متصلة اتصالاً لا فكاك منه بوسائل الإعلام والاتصال الإلكترونيّة، إلى حدّ تفكّك الرّوابط الحميميّة الأسريّة والاجتماعيّة الأخرى التي - ساد الاعتقاد -

مع ظهور التلفزيون أنّها بالفعل قد بدأت في التلاشي. فوسائط الإعلام والاتصال الموغلة في التطوّر والتغيّر، بدأت تغمر كلّ حياتنا من دون استثناء، وباتت تمثل المجال النشط الذي تتشكّل منه حياة الفرد والمجتمع. لقد اتاحت تقنيات الاتصال الحديثة للإنسان مجالاً أرحب للتفكير، وللإنتاج، وللتبادل، وللإبداع، وللتواصل... ولم يكن هذا متاحاً في حضور الوسائل التقليديّة بالصّورة التي نشهدها اليوم. إنّنا نعيش منظومة جديدة نصنع من خلالها زمناً جديداً، هو زمن الوسائط الإعلاميّة والاتصاليّة. فالزمن الميدياتيكي هو الزمن الذي نحققه في صلاتنا المستمرة مع وسائل الإعلام والاتصال بوصفنا أفراداً اجتماعيين ولا يعدو أن يكون زمناً وسائطياً لاعتمادنا في الإنتاج والتفكير والتواصل والتفاعل على وسائط الإعلام والاتصال التقنيّة. الزّمن الميدياتيكي هو كذلك الزّمن الذي يحتضن ميول الأفراد واتجاهاتهم بوصفهم متابعين، مستهلكين ومنتجين للصّناعات الإعلاميّة المتدفّقة بأقدار لم يشهدها تاريخ صناعة المضامين.

أمام هذا الاعتبار، ينتج كلّ مجتمع تمثّله للزمن من خلال مختلف الأنشطة التي يقوم بها. في المقابل كل مجتمع تقوده منظومة القيم الميدياتيكيّة إلى بناء تمثّله للزّمن. وإذا أردنا أن نفهم طبائع مجتمع ما، ينبغي أن ندرس أنشطته في الزمن الذي يعيشه مجتمعنا اليوم يجوز أن نفهمه أكثر عندما نحقق في الأنشطة التي تؤثّر أوقاته وندرس الفعل الذي يحقّقه. والفعل في تقديرنا، ضمن هذا السّياق، هو صلة المجتمع بوسائط عصره.

أنّ تسلك حينئذ المدونات والمواقع الإلكترونية بجميع أنواعها وخصائصها المسالك المعتمدة في الاتصال الجماهيري، وتحوّل بالسرعة المشار إليها، تظلّ ضرباً من ضروب الاتصال الجماهيري، بصرف النظر عن كون هذا الصنف من الاتصال يستدعي وجود متخصصين وفنيين ومبدعين لبناء الرّسائل الإعلامية وصناعات المضمون. فالإعلام الجديد الذي احتلّ مراتب بارزة في التفكير، في العديد من فروع المعرفة، يمكن عدّه نظاماً اتصالياً مركّباً، مؤلفاً من إمكانات فائقة على التأثير لم يشهدها النظام القديم للاتصال الجماهيري، وهو محمول على أنّه البديل للنظام السابق، بل إنّ النظام السابق لم يعد يملك أدوات الحسم في القضايا المصيرية الكبرى، خصوصاً في الديمقراطيات الليبرالية، وقد أثبتت الانتخابات الرئاسية الأمريكية الأخيرة (انتخابات أكتوبر ٢٠٠٨) نجاعة المدونات والشبكات الاجتماعية في تغيير الفكر الانتخابي، وتغيير المشهد السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية، لأنّ السؤال الذي يطرح اليوم في الأوساط السياسية والاقتصادية، في العالم، لا يتمثل في كيفية بناء الرّسالة الإعلامية لبلوغ الأهداف، بقدر ما يتعلّق باختيار التكنولوجيا التي تنتج السّلطة، وتحقّق الفوز والانتصار. ولقد راهن المرشّح الديموقراطي "باراك أوباما"، في حملته الانتخابية، على تكنولوجيا غيرت من هندسة "الواب" ومن تضاريس الإنترنت، ما حولها إلى ظاهرة اجتماعية بارزتها عدد مستخدميها.. وقد تمكّن "أوباما" من رفع تحدّي مثير تمثّل في جمع أكثر من مليون دولار في دقيقة واحدة عبر الشبكات الاجتماعية^(٣٠)، فضلاً عن كونه فاز في الانتخابات. والدلالة البارزة في مثال الحال، هو أنّ الإنترنت بمختلف أنسجتها لا تعمل بفعل السرعة الخطيّة، إنّما الأصل في التشكّل الجديد الذي تحدّثه يعود لكونها فضاءً تواصلياً تفاعلياً تسيّره سرعتان متلازمتان: سرعة طواف يعمل بها نظام الإبحار في الشبكة، وسرعة لحظيّة تعمل بها وتيرة الإبحار، والإنترنت إنّما تستمدّ نفوذها الذي جعل منها ثورة حقيقية من تقاطع الزّمنين المشار إليهما.

في ضوء هذه المعادلة الزّمنية المزدوجة. تأسّست حقيقة ما يعرف بصحافة الفرد أو صحافة المواطن، وهو الشّكل الإعلامي والاتصالي المنبثق عن التدوين، لتتفرّد إلى حدّ بعيد بأسلوب جديد في إنتاج الرّسائل والمضامين، ذلك أنّ الأفراد

الاجتماعيين أصبح بإمكانهم تحميل تفاعلاتهم، وإنتاجهم الفكري، وإبداعهم، وخبراتهم، المعادلة الزمنية التي عبرنا عنها بالسرعة اللحظية وسرعة الطواف في حدود شبكة الانترنت، ومتى توفر للمضامين هذا المعطى في سرعة الانتشار والتغلغل، كانت نافذة ومحدثة للتأثير. فكلما ازدادت سرعة الانتشار والتغلغل كانت دوائر التأثير مهمة.

لقد كانت هذه المعادلة الزمنية التي فرضتها تكنولوجيا رقمية متطورة، أساس ظهور صحافة المواطن، ومنحت المدون صفة الصحفي، والصحفي المخبر الناقل للصورة، (blogtrotters)، وظلت بمقتضى ذلك المدونات ومواقع الواب ومنديات الحوار.. الوسط الجديد لصناعات المضمون، الذي وضع حداً لنماذج الإعلام والاتصال الخطية، وجرّد المضامين من مناهج البناء (بناء المعنى) وقواعده. فالصحفي ضمن هذا الوسط الذي يحرك العالم لا يلتزم بقواعد صحفية في نقل الأخبار وتحليلها، ولا يتقيد بالقوانين التي تُسيّر اللغة، بقدر ما يلتحم بالوجه الوظيفي لهذه اللغة ليلبغ مراتب في التعبير والكشف عن مادة الفكر، فضلاً عن كونه متحرراً من متطلبات الضغوط التي يفرضها عنصر الزمن والمساحة في الأعمال الصحفية، والضغوط المهنية الأخرى بما في ذلك أخلاقيات المهنة والرقابة.

إنّ من عوامل تجذير هذا المفهوم مفهوم صحافة المواطن في الأوساط الاجتماعية بالخصوص، هو اعتبارها وسيلة من وسائل انتشار الاعتراف بالخصوصية والاختلاف، وانتصاراً كذلك على مؤسسة الإعلام والاتصال، ومجالاً تتجسّد فيه الحقائق التي لا يجرأ الإعلام التقليدي على عرضها وطرحها، وشكلاً من أشكال الاهتمام بالمحيط القريب المباشر المعروف في أدبيات الإعلام بإعلام القرب. ولقد أربك هذا الاعتبار سياسات التحرير والبرامج، وترتيب الأولويات، في مستوى الإعلام التقليدي، التلفزيوني على وجه خاص، إذ برز اهتمام ملحوظ خلال السنوات الأخيرة بمشاغل المجتمع، وانتظارات الأفراد الاجتماعيين، اهتمام يترجمه توجه جديد في عقلنة العمل الإعلامي، تجسّد بوضوح في التركيز على اكتساب أسس البرمجة الإذاعية، والتلفزيونية وأساليبها العلمية، والعمل بقوانين إعلام القرب كما وصفتها أدبيات الإعلام والاتصال. وإذا نظرنا لطبيعة الإرباك كما تحدّث اليوم في

العديد من المجتمعات الليبرالية والمحافظة،^(٣١) ندرك مدى عمق النشاط التواصلية لصحافة المواطن وأثره في توجيه الرأي وبناءه على نحو يجعل من هذه "الصحافة" سلطة تهدد السلطة التقليدية للإعلام الرسمي والمأسس. أمّا إذا نظرنا إلى طبيعة التعايش بين الصّنفين، فإننا نجدها تختلف باختلاف الأنظمة السياسية والثقافية. ففي الديمقراطيات الليبرالية، تعمل صحافة المواطن عادة على إعادة ترتيب الأولويات، إذ تحدّد في صدارة الاهتمامات كلّ القضايا التي تأخرت أو تأجّلت معالجتها من قبل وسائل الإعلام الرسمي أو المأسس، فصحافة المواطن، في هذه الحالة تعيد إنتاج ما يعرف في نظريات الإعلام بـ "وضع الأجندة" (ماكسوال ١٩٧٢)، في حين نجدها في البلدان السائرة في طريق النمو، تعمل على طرح القضايا التي أقصيت من دوائر اهتمام الإعلام الرسمي، لاعتبارها قضايا لا تتسجم مع سياسة المؤسسة الإعلامية، أو مؤسسة الدولة وتوجّهاتها، فيتم إدراجها، والاعتناء بمعالجتها، في مستوى التدوين، على أساس أنّها قضايا المجتمع الحقيقية، وصحافة المواطن في هذه الحالة، تقوم بدور الرّاعي لاهتمامات الشّأن العام، وتضجّر ما يسمّى في نظريات الإعلام بـ "دوّامة الصّمت" (أليزابيث نيومان ١٩٧٤)،^(٣٢) فيطفو على السطح رصيد المسكوت عنه في السياسة الإعلامية. وهكذا يتخذ مفهوم صحافة المواطن مدلولات مختلفة باختلاف السياق الثقافي والسياسي.

٦) الإعلام الجديد، من تأثير الضبط إلى تأثير الاستقطاب

إننا بالذي عرضناه في أمر التدوين، وصحافة المواطن. نتساءل الآن هل من الجائز اعتبار هذه الأجناس الاتصالية المتطهّرة من الضوابط اللغوية والقواعد الصحفية والخلالية من استراتيجيات مبنية، هل يجوز اعتبارها إعلاماً بالمعنى الذي تشترطه الافتراضات النظرية لمفهوم للإعلام؟ وهل كلّ من يكتب اليوم على صفحات الواب يعدّ صحفياً بالمفهومين، الأكاديمي والمؤسسي للعبارة؟ وأي مفهوم للإعلام اليوم؟ ومن هو الصحفي الحقيقي إذا سلّمنا بوجود حقيقة ثابتة - متحوّلة لمفهوم الصحفي؟

إنّ المفهوم المتداول للإعلام، في الأوساط الأكاديمية، والذي ساد طيلة عقود، لما ظهرت أولى المقاربات الإعلامية والاتصالية خلال النصف الأوّل من القرن العشرين^(٣٣)، هو الذي أبرزه "بيار ألبار"^(٣٤)، ولخصه في حدود الأبعاد الممكنة لتحقيق الاتصال الجماهيري. فالإعلام قد يعني، في الوقت ذاته، المضامين الصحفية: المكتوبة منها، والسمعية المرئية، التي تنتجها وكالات الأنباء، والمؤسسات الصحفية، ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون. ويعني كذلك البنية التحتية المؤلفة من المعدات التقنية والتجهيزات الأساسية المعتمدة في صناعة المضامين وبنائها. فالفعل الإعلامي من هذا المنظور، هو الفعل الذي يتحقّق في وجود بنية تحتية أساسية، واستراتيجية مبنية وسياسة تحرير واضحة الخطوط. والفاعل في هذا المضمار، هو نظام (system) متكامل، اسمه "المؤسسة الإعلامية". والصحفي، في أدائه لوظيفته، إنّما يمثل عنصراً من عناصر النظام، يحمل هوية النظام ويلتزم بسياسته، فضلاً عن كون عمله محكوماً بحزمة من القواعد والضوابط، يكتسبها الإعلاميون عادةً عبر مراحل التكوين، والتدريب المتخصصين في الإعلام. والحاصل في هذا السياق أنّ ما يحدّد مفهوم الصحافة أو الإعلام على حدّ سواء، لا يتكشف إلّا بوجود جذع كلّ يجمع القاعدة التكنولوجية، والسياسة الإعلامية المعتمدة، والمتخصصين في المجال من فنيين وتقنيين ومحررين وإداريين. وانطلاقاً من هذا الاعتبار، لا يكتمل تشكّل البيئة الإعلامية أو الصحفية إلّا عند تقاطع العناصر المذكورة.

كما أنّ المفهوم المتداول أكاديمياً ومهنياً للرّسالة الإعلامية، يستدعي التقاء خصائص معرفية، وأخلاق تواصلية، بالمعنى الذي قصده "هابرماس"، تمنح صناعة الرّسائل والمضامين بُعداً إعلامي الحقيقي.

وفي أمر الخصائص المعرفية تتفق أدبيات الإعلام والاتصال^(٣٥) على أنّ الآلية، (Instantaneite) واستبعاد الحدوث أولاً احتمالية (Improbabilite)، والرّهان (Enjeu)، والملاءمة (Pertinence)، عناصر مكوّنة لقاعدة مركزية يقوم عليها البناء الإعلامي بصورة عامّة. فالرّسالة الإعلامية، مهما كان جنسها، لا يخلو تشكّلها من هذه العناصر الأساسية في تغذية جدلية التأثير والتأثر. ثمّ إنّ هذه

الرّسائل تخضع إلى قوالب أو ما يعرف في بعض الأوساط الأكاديمية بالأجناس الصّحفيّة. وصورة ذلك هو أنّ كلّ صنف من أصناف التحرير الصّحفي، أو التحرير الإذاعي والتلفزيوني، إنّما يتقيّد بضوابط في الكتابة تتخذ منحى تحليلي أو تفسيري أو تحقيقي، أو سردي أو نقدي، أو تقرير، أو تقرير، أو التقرير جنس إعلامي بعينه مثل المقابلة الصّحفيّة أو الإذاعيّة، أو التحقيق أو التقرير الإخباري، أو التعليق أو مقال الرّأي... ويحدث أن تتشابك هذه القوالب في الموضوع الواحد إذ تنبهي الرّسالة الإعلاميّة مزيجاً من النقل والتقرير والمقابلة، بحكم طبيعة المادة الإخبارية ووفق طبيعة التأثير المرجوّ تحقيقه من الخطاب الإعلاميّ. ثمّ إنّ بعض القوالب تسمح بهذا التشابك، مثل التحقيق الصحفي أو الإذاعي الذي يستوعب أسلوبَ التقرير وأسلوبَ النقل، والمقابلة، ولكنه تشابك مبنيّ، يحكمه نظام إخباري متكامل بيّنا مكوّناته، وشرحنا مستوياته في غير هذا السيّاق^(٣٦).

أمّا الأخلاق التواصليّة، فهي قاعدة كل نشاط اتصالي، وتتجلى في مجال الإعلام، أكثر وضوحاً، في حزمة المواثيق والقوانين، والواجبات المهنيّة المنظمة والضابطة لرسالة الصحفي المهنيّة^(٣٧) ومحاورها: المصداقيّة، والموضوعيّة، والمسؤوليّة، واحترام الحياة الخاصّة، والقيم الاجتماعيّة. إنّها مجموعة الضوابط التي تدير الضمير المهني للإعلاميّ والموسّسات الإعلاميّة. وتعمل العديد من المنظمات الدوليّة والجمعيات الأهليّة على تحسيس الأوساط الإعلاميّة والاتصاليّة بضرورة احترام هذه المواثيق المنظّمة لأخلاقيات المهنة، التي يقع تجاوزها من حين إلى آخر باسم حرّية التعبير أو باسم السيّادة الوطنيّة والأمن القومي.

الإعلام الجديد، يمكن عدّه اليوم، نظاماً عكسياً لنظام إعلاميّ يستند إلى جانب وفير من القواعد والضوابط والقوانين التي تحكم مجاله، وتراقب توازنه، لما ينطوي عليه من نقض للتقاليد المعرفيّة والمهنيّة المكوّنة للبيئة الإعلاميّة التقليديّة. فالإعلام المأسس ظلّ يقابله الإعلام بصيغة الفرد، والرّسائل المبنية بدأ يغمرها تدفق فائق لرسائل متحرّرة من ضوابط التحرير والكتابة، والحرّية النسبيّة تقابلها اليوم حرّية مطلقة تسري وسط فضاء "سيبرني"، والموضوعيّة تراجعت أمام استفحال مظاهر الذاتيّة المفرطة، والحياة الخاصّة احتلت صدارة عرض الأحداث في الإخبار

وغير الإخبار، والجمهور المتجانس بدأ يتشظى تدريجياً إلى طوائف وعشائر بلا حدود، والقائمة طويلة، متواصلة مع تطوّر تقاني، كلّما ازداد، اضطربت بازدياده الأهداف، وأصابها الفوضى. فالفوضى مثلما أشرنا فيما سبق، ليست من طبيعة افتقار النظام لقوانين العمل والنشاط، ولا هي متصلة بتشابك الواقعي والافتراضي في هندسة النظام الرقمي الجديد، إنّما هي وليدة ظاهرة كمية، الأولى من نوعها في تاريخ التواصل البشري، نفسرها بالعدد الهائل للمستخدمين لوسائط الإعلام والاتصال، استخدام يعبر كلّ الاتجاهات: أكثر من مليار مستخدم للإنترنت وما يزيد عن مليارين مشترك في خدمات الهاتف الجوّال (Manuel castells 2006)، ينتجون ويتبادلون المعلومات بمختلف أصنافها، ويسهمون في التأثير في البناء الاجتماعي للسلوك. فإذا أصبح بإمكان كلّ العالم أن ييث ويستقبل على نحو جماهيري، (أي على نحو تكون فيه وسائل الاتصال الجماهيري، وسائل اتصال جماهيري فردية) (medias de masse individuels)، ويظلّ اتجاه نسق التغيّر الاجتماعي غير واضح، ويصعب تحديد ملامحه، بل يحدث أن ينحرف عما هو متوقّع مسبقاً، أو عما كان سائداً في وضع منتظم، لتتامي شبكات العناصر المحدثة لذلك وتداخلها، وصعوبة الإلمام بطبيعتها وخاصّيتها، وتلك هي طبيعة الأنظمة الدينامية المركّبة القابلة للفوضى، وهذا ما يسمّى عند الفيزيائيين والرياضيين بـ "تأثير الفراشة" ^(٣٨) (effet Papillion).

هنالك مداخل عديدة تقدّم وتفسّر فكرة "تأثير الفراشة" نذكر منها الفيزياء الكمية والفيزياء الفلكية والرياضيات. وتتفق كلّها على أنّ التغيرات التي تحدث على نطاق صغير جداً، في حدود الأنظمة الدينامية المركّبة، يمكن لها أن تؤثر في التغيرات التي تحدث على نطاق كبير جداً، فالتغيرات الصغرى البسيطة، في حال الجمل الدينامية، قد تؤدي إلى حدوث تغييرات كبيرة هامة يصعب التنبؤ بوقوعها لصعوبة في الإلمام بالمعطيات البدئية المتكاثرة. و"إدوارد لورنتز" ^(٣٩) هو أوّل من أتى باستعارة "تأثير الفراشة" حين كان يعمل على مشكلة التكهن بالطقس ويدرس حالات التنبؤ بتحوّل الكتل الهوائية الكبرى. ولاحظ في إحدى المرات أنّ المعطيات البدئية، المقاربة إلى أبعد الحدود، قد أفضت معالجتها إلى ظهور نتائج متباعدة

تماماً مما جعله يستنتج أنّ التغيّرات الضئيلة في مستوى المقاييس الصغيرة، قد تؤثر على تغيّرات المقاييس الكبيرة، وهنا فكر "لورنتز" في لو أنّ خفقان جناح فراشة يحدث في البرازيل، هل يترتب عليه إعصار في "تكساس" ؟

لقد كان لهذه الاستعارة الأثر الكبير في أساليب التعامل الرياضيّة مع المسائل التابعة إلى الجمل الدينامية المعقّدة، إذ أكّدت أنّ هذه الجمل أو النظم، بطبيعتها المركّبة والمعقّدة، قد تبدي سلوكيات غير منتظرة، ويظلّ من الصّعب الوصول إلى تحديدها بإجراء معادلات رياضية مركّبة أو مختصرة، كما بيّنت أنّ المستقبل بعيد من أن تكشف عنه المعادلات الرياضيّة الدقيقة. إنّهُ بعد لا يحتمل التوقّع المطلق. وكانت خلاصة "لورنتز" هي أن الظواهر الفيزيائية بشكل عام يبقى أفق التكهن بملامحها المستقبلية محدوداً جداً.

إنّ ما ينسحب على الظواهر الفيزيائية من قوانين في فهم جغرافيتها، ورصد تغيّراتها وسلوكياتها، نراه ينسحب كذلك على الظواهر الاجتماعية في بعدها الإعلامي والاتصالي. فالظواهر الاجتماعية، تكتسي وبالخصوص اليوم في حضور تقنية اتصالية لاخلطية متطوّرة، تكتسي من التركيب والتعقيد ما تختصّ به النظم الفيزيائية الكبرى. وعديدة هي المبادئ والنماذج التي تمّ إفراغها من خاصياتها الرياضيّة والفيزيائية، ووقع توظيفها في مجال العلوم الاجتماعية^(٤٠). فالمشكل الرئيس، في سائر النظم التي ذكرنا، كامن في وجود معرفة غير مكتملة بالمعطيات البدئية.

السؤال الذي نطرحه في سياق الحال، فيمّ تتمثّل المعطيات البدئية في نظام الإعلام الجديد ؟ وفي أيّ مستوى تحدث التغيّرات الصّغرى المنتجة للتغيّرات الكبرى التي تحدثنا عنها في ما سبق ؟ بعبارة أدق، كيف نفهم استعارة "لورنتز" بعيداً عن علم الأرصاد والجويّات ؟

لقد أسلفنا أن من أبرز خصائص الإعلام الجديد، قدرة الأفراد الاجتماعيين على القيام بالأدوار التي ظلت على امتداد عقود مضت، حكراً على مؤسسات الإعلام والاتصال. وإنّ هذه الأدوار، لمّا كان التحرّر من قيود الرّقابة، والتحرّر كذلك من ضوابط الإنتاج والنقل والتبادل من سماتها المميّزة، فإنّها، من الناحية

السوسيولوجية تمثل الدائرة الجديدة لتوجيه القرار، والتأثير فيه واتخاذ في أحيان معينة، وهي بذلك تقابل دائرة تقليدية متمركزة في المؤسسة، ولكنها لا تحلّ بديلاً عنها لاستمرار صيغة الإعلام المأسس وتعايشها مع الصيغة الجديدة.

يتشكل القرار في مستوى الدائرة التقليدية، ونعني بها المؤسسة، بأسلوب معقلن يسعى بانتظام إلى الحفاظ على توازن المؤسسة وتحقيق التوافق والانسجام بين عناصرها، وفي حدود البيئة التي تحتضنها. ومن الوسائل المعتمدة لتحقيق التوافق، والانسجام وتأمين حسن سير النظام، نجد أولاً الطبيعة الخطية للعمل المأسس في حد ذاتها والتي تنزع نحو الضبط والسيطرة، على الرغم من وجود مستويات متفاوتة من التفاعلية أحدثتها الثورة الرقمية متمثلة في ظهور التلفزيون التفاعلي كأبرز وسيط جماهيري، تفاعلي، ولكنها تفاعلية نسبية، تدور تحت السقف البرامجي الذي يحدده القائم بالاتصال. ثانياً: هنالك الرقابة الذاتية، بوصفها منعكساً مهنيًا ينبغي أن يكتسبه كل من ينتمي للمؤسسة، والذي من خلاله يتم تجاوز المواقف والآراء الفردية في سبيل التوجه العام السائد، والمعروف لدى عامة الناس بالصالح العام. هكذا يجري العمل في مستوى الدوائر الإعلامية والاتصالية التقليدية بفكر يسمى عند علماء النفس الاجتماعيين⁽¹⁾ بالفكر الضابط، المعروف بـ : تأثير الضبط (effet de normalisation).

لكن عندما يتراجع دور المؤسسة ويطفو على الساحة دور الفرد بوصفه بأكراً متلقياً في آن واحد، وهذا حال الإعلام الجديد المتجلى في ما يعبر عنه بصحافة المواطن، يغيب تأثير الضبط ليحلّ محله تأثير الاستقطاب (effet de polarisation) ويتمثل في ميل الأفراد إلى جلب الاهتمام إلى أفكارهم وأرائهم، ونزعتهم إلى نشرها، والدفاع عنها وفرضها كذلك. ومما يعزز تأثير الاستقطاب، شعور الفرد بأنه المعني بدرجة أولى في العملية الاتصالية، بل هو قطب العملية برمتها، ويبيّن علماء النفس الاجتماعي (Moscovici, Savalloni 1969)، أنّه كلما اتسعت حلقات النقاش، وامتدت سلسلة التفاعلات بين الأفراد، وتنامى تأثير الاستقطاب، وهذه حقيقة ما يحدث في شبكة الإنترنت من تواصل وتفاعل بين الأفراد والمجموعات، يصعب حصره. في المقابل، كلما تقلّصت دوائر الحوار وانخفضت وتيرة التفاعلات، وشعر الفرد بالإقصاء والتهميش، حلّ تأثير الضبط.

يكشف تأثير الاستقطاب، تفرّد كل فرد بنمطه الإبلاغي، وهو ما لم يكن ليتسنى لولا أنّ شبكة الإنترنت فيها من الطّواعيّة التقنيّة والفنيّة، ما يجعلها أداة التواصل والحسم بلا منازع، أداة أسّست لثقافة اتصاليّة اخترقت كلّ المجالات الفكرية والماديّة. كما يكشف التأثير ذاته صعوبة الإمام بأثر كلّ فرد ومدى تأثيره في نظرائه، فليس في نظام الشبكة ما يجعل المستخدمين محكومين بسياسة إعلامية ومنهج اتصالي محدّد يمكن حصره بوضوح ومعرفة اتجاهه، بل إنّ في نظامها ما يدعو إلى تخطّي كلّ ضابط للتفكير والانتاج. كلّ ذلك يجعل التحكم في المعطيات البدئية للتكهن بما ستفضي إليه عمليات الاتصال المتنامية المترابطة، أمراً مستحيلاً، لأنّ عمليات الاتصال الجارية، إنّ تسنّى حصرها في المكان، فلا يمكن حصرها زمنياً، إنّها مسترسلة استرسالاً متنامياً، متصلاً وغير متصل.

إنّ مثل هذه البيئة هو الذي أوحى إلى "لورنتز" استعارة الفراشة، لتكاثر عناصرها وخصوبة الحركة المستمرة داخلها. فلا مجال فيها للضبط والسيطرة، ولا مجال كذلك لليقين (La certitude) بالمعنى الرياضي للكلمة طالما أنّ القيمة الأنثروبية (Valeur Entropique) للمعلومات على مستوى الشبكة تظلّ مرتفعة. فكلّما ارتفعت هذه القيمة، انخفضت درجة اليقين، والعكس صحيح (Shannon, 1949).

فالإعلام الجديد بتضاريسه الحاليّة، يظلّ بعيداً عن السيطرة، ويبقى من الصّعب التنبؤ بتغيّراته واتجاهاته، ولا يمكن إلا أن يشكّل نظاماً دينامياً مركباً تسكنه الفوضى (systeme chaotique).

(٧) الخلاصة والمناقشة:

إنّ من أبرز المستخلصات في هذه الدراسة، أنّ الظواهر الإعلاميّة والاتصاليّة لا يمكن فهمها من الداخل، من دون اللّجوء إلى اعتماد الحقول المعرفيّة الأخرى، في العلوم الإنسانية والاجتماعيّة، والعلوم الفيزيائيّة والرياضيّة، مداخل لإدراك حقيقة الحدث الإعلاميّ والفعل الاتصالي، لما للحدث والفعل كليهما من تعقيد وتركيب. وقد ارتأينا، في مستوى دراسة الحال، أنّه من المناسب جداً، ومن المفيد كذلك،

استعارة نظرية الفوضى من مجال الرياضيات والفيزياء، كنظرية تشرح حالة النظم المركبة والمعقدة، واعتمادها، بعد إفراغها من خصائصها الفيزيائية، في مجال الإعلام والاتصال لتبصر طبيعة هذا النظام وفهم ديناميكياته، لأنّ الظواهر الاتصالية، لا تختلف في نظمها عن الظواهر الطبيعية والفيزيائية، على الأقلّ من جانب التعقيد الذي يمثل جذعاً مشتركاً بين كلا النظامين.

لقد أفرزت دراستنا لحالة التضاد هذه في الإعلام الجديد (حالة النظام وحالة الفوضى)، تحولاً لا شكّ فيه من نظام الضبط في الاتصال، المتمثل في إعلام السلطة، إلى إعلام الاستقطاب، المتمثل في ما يعرف اليوم بإعلام المواطن أو بصحافة المواطن. والمقصود من ذلك أنّ الظاهرة الإعلامية لم تعد فعلاً ممأسساً يستبطن الضبط والسيطرة كما هو حال الإعلام الجماهيري التقليدي، إنّما أصبحت ممارسة فردية تهدف إلى استقطاب فئات المجتمع من خلال أشكال الاعتناء بمشاغل الفرد والمجتمع. ويجري هذا الاستقطاب على نحو لا يأخذ في الاعتبار بالمقاييس المهنية للعملية الإعلامية والاتصالية بقدر ما يتجلّى عبر أسلوب متحرّر من القواعد الصحفية ومن الأخلاق. إنّ جانب الفوضى كامن في هذا التحرّر أي في طبيعة الاستقطاب بحدّ ذاتها. لأنّها الجانب المنتج للتشويش في الاتصال الاجتماعي. ولا يعني هذا التحوّل موت الإعلام المأسس، فهذا النمط من الإعلام ما زال معمرّاً، بل ونجده في العديد من الفضاءات الثقافية المغلقة، مهيمناً سياسياً وثقافياً بالكيفية المعهودة للإعلام الجماهيري، إنّما يتعايش النمطان كلاهما في حدود منظومة اتصالية اجتماعية، على غاية من التركيب والتعقيد. ولقد أولد هذا التعايش نوعاً من المراقبة المستمرة تحدث في اتجاهين : اتجاه يراقب فيه الإعلام المأسس إعلام الاستقطاب أي مراقبة السلطة لصحافة المواطن، واتجاه يراقب فيه إعلام الاستقطاب إعلام السلطة أي مراقبة الفرد للمؤسسة. وتشكّلت من فعل المراقبة المزدوج، سلطة إعلامية جديدة هي السلطة الخامسة، وقد تحدّثنا عنها في غير هذا السياق، على أنّها السلطة التي تراقب عمل السلطة الرابعة، وتفضح انحرافاتنا.

كلّ هذا التغيّر في المنظومة الإعلامية والاتصاليّة يستدعي إعادة النظر في أساليب التعليم والتدريب الإعلاميين، المستمرّة في الحفاظ على تراثها ونقله من جيل إلى جيل، كما يستدعي التغيّر ذاته ضرورة الاعتناء بتحقيق فتح دلالي جديد في مستوى المفاهيم والمصطلحات المعتمدة في حقل الإعلام والاتصال، كإعادة النظر في الاستخدام الدلالي القديم للعديد من المفاهيم، من ناحية، وتمكين مصطلحات ومفاهيم جديدة من الاصطلاح، من ناحية ثانية.

الهوامش

- (١) علي حرب، حديث النهايات، فتوحات العولمة ومآزق الهوية، المركز الثقافي العربي، الطبعة الأولى، لبنان، ٢٠٠٠.
- (٢) VOLTON Dominique, Internet et après, une théorie critique des nouveaux médias, Flammarion, 2000
- (٣) DE ROSNEY Joël, La société de l'information au XXI siècle, Enjeux promesses et défis, Ramsès 2000, Institut français des relations internationales.
- (٤) مرجع سابق.
- (٥) عبد الله الزين الحيدري، الرّمز والأداة في مجتمع المعلومات،
- (٦) لقد أطنبت الكثير من أدبيات الاتصال التي درست حقيقة الاندماج التقني، إذ اعتبرت الاندماج ثورة حقيقية والحال أنّ ما حدث من اندماج في مستوى الوسائط والخدمات بالخصوص، هو نتيجة ثورة رقمية.
- (٧) عبدالله الزين الحيدري، مرجع سابق.
- (٨) S.V.M، مجلة متخصصة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، عدد جوان، ٢٠٠٠.
- (٩) عبدالله الزين الحيدري، مرجع سابق.
- (١٠) فرانك مرميه، (إشراف)، الفضاء العربي، الفضائيات والإنترنت والإعلان والنذشر، مجموعة من المؤلفين، ترجمة فريدريك معنوق، قدمس للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.
- (١١) الدكتور عاطف العبد خبير إعلامي مصري أعد دراسة حديثة حول القنوات الفضائية التي يشاهدها المصريون. وكشف، أن عدد القنوات الفضائية في العالم تجاوز الخمسة آلاف قناة وأن ٣٢١٢ قناة منها غير مشفرة وتوجد ٥٢٠ قناة من إجمالي هذه القنوات عربية. وقال العبد: الدراسة كشفت عن أن هناك ١١٢ قناة جنسية باللغة العربية سواء باللهجات المصرية أو الخليجية أو المغربية بهدف استقطاب المراهقين والشباب للاتصال بهم وهم يحققون أرباحاً خيالية، حسب ما نشرت جريدة الوفد. وأكد أن هذه القنوات تشكل خطورة مزدوجة علي الشعب العربي لأنها تدمر القيم والأخلاقيات الدينية من ناحية، وتستهدف دخل المراهقين والشباب من ناحية أخرى. وأعلن أن ٧٠٪ من الشعب المصري يشاهد الفضائيات وأن ٤٦٪ منهم يشاهدونها عبر الوصلات التي تلغي بطبيعتها التلفزيون المصري من المنازل مما يهدد الأمن القومي المصري لأن المصريين أصبحوا يحصلون علي معلوماتهم وأخبارهم وسليبتاتهم من القنوات الأجنبية. WWW. Daoo.org
- (١٢) انظر، لمزيد من الاطلاع ومعرفة البيئة التقنية للتلفزيون الجديد : BENOIT Herve, La télévision numérique, Satellite, Câble, TNT, ADSL, DUNOD 2006.
- (١٣) WWW. Arabadvisors.com
- (١٤) أثبتت الدراسات الحديثة على الأطفال مكوئهم أمام شاشات التلفاز إلى مدة تصل إلى عشرات الساعات. بحيث يقضي الأطفال في العالم العربي ودول الخليج ما يزيد عن ٣٣ ساعة أسبوعياً في فصل الصيف و٢٤ ساعة في فصل الشتاء وأن هنالك آثاراً نفسية واجتماعية وسلبية من ذلك. أوضح ذلك اختصاصيون في الصحة النفسية والأعصاب والإعلام وعدد من الأكاديميين... الدكتور إيهاب رمضان، استشاري المخ والأعصاب والصحة النفسية في المستشفى السعودي الألماني يشير إلى أن الأطفال يقضون حوالي ٧ ساعات يومياً أمام البرامج الإلكترونية التي تخاطبهم بشكل سنوي ويؤكد أن تعرض الطفل للتلفاز يؤدي إلى آثار نفسية سيئة و أن التعرض لموجاته الكهرومغناطيسية تسبب للأطفال القلق والاكتئاب والشيخوخة المبكرة . وأوضح أن الحل لا يمكن أن يكون في البعد عن التلفاز نهائياً ولكن لا بد أن يكون وفق نظام محدد ولا بد من تشجيع التواصل العاطفي والنفسي

بين الأسرة الواحدة والتركيز على إعطاء الطفل القيم الاجتماعية وتعريفه الصواب والخطأ وأشار الدكتور إيهاب إلى أن هنالك بحثاً أجريت على الأطفال أكدت أن ٧٤٪ من إجمالي المشاهد التي يراها الأطفال في البرامج الإلكترونية تؤدي إلى سلوك إجرامي حيث إن ٤٣٪ من هذه القصص مستقاة من الخيال.

المصدر: جريدة الوطن العدد (٦٦٩) السنة الثانية - الثلاثاء ٢٠٠٢ WWW. Said.net.

(١٥) WWW. Said.net ، مصدر سابق.

(١٦) WWW. Said.net ، مصدر سابق.

(١٧) WWW. Daoo.org ، مرجع سابق.

(١٨) يورغن هابرماس، العلم والتقنية كـ "إيديولوجيا"، ترجمة حسن صقر، الطبعة الأولى، كولونيا، ألمانيا ٢٠٠٣.

(١٩) محمد نور الدين أفاية، الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة، نموذج هابرماس، أفريقيا الشرق ١٩٩٨.

(٢٠) البوابة العربية للأخبار التقنية. WWW.aitnews.com

(٢١) البوابة العربية للأخبار التقنية، مرجع سابق.

(٢٢) من المدونات المتخصصة، ندرج النماذج التالية ويجدر أن نشير إلى أن اختيارها كان عشوائياً اقتصر على بعض التخصصات البارزة في الأوساط الأكاديمية :

<http://www.toubibgeneraliste.over-blog.com>

ce blog entend présenter mon point de vue sur la médecine générale si vous avez une question concernant votre santé :consultez votre médecin traitant

<http://nucleaire.bloguez.com>

Avec ce blog, le nucléaire n'aura plus de secret pour vous ! Science / Physique / Chimie

<http://www.1000schemas.com/>

Blog proposant régulièrement des schémas électronique et parlant de tout ce qui tourne autour de l'électronique et du hardware informatique.

<http://www.philolog.fr/>

je suis un professeur ayant décidé de mettre son cours en ligne, pour ses élèves d'abord mais aussi pour tous ceux qui y trouveraient un intérêt. Car c'est un bonheur de philosopher .

<http://linguistesblogueurs.blogspot.com/>

Blogue de sciences du Langage. Voici une réflexion et une mise en abyme de type Matriochkas, qui s'emboîtent les unes dans les autres, sur l'usage des artefacts liés à la technologie Internet et mobile (le courriel, les SMS - minismessages, le chat, le blogue, la liste de diffusion, le forum, le wiki, la plate-forme collaborative). A l'origine d'un travail collectif d'étudiants linguistes en faculté de Sciences humaines et sociales, ces observations sont aujourd'hui poursuivies dans les deux domaines de la linguistique et de la sociologie des technologies de l'information et de la communication. Un blogue parce que les connaissances universitaires sont dynamiques et en perpétuelles interactions avec le contexte humain et sociétal.

http://www.cotblog.com/blog/le-blog-mathematique-du-professeur-rometus_6119.html

blog mathématique du professeur ROMETUS Les anecdotes et actualités mathématiques, les productions du professeur ROMETUS et les contenus du site Maths-Rometus.

http://kallirrhoe.canalblog.com/archives/sciences_de_l_information/index.html

veille documentaire sur les sciences de l'information et de l'éducation

<http://josich.over-blog.com/article-19604177.html>

Ce blog est destiné aux professionnels de l'information et de la communication. Il traite des archives, de l'informatique, et de tout autre domaine susceptible d'intéresser l'informatiste.

<http://semantique-generale.over-blog.com/>

La sémantique générale ou logique non aristotélicienne d Alfred Korzybski.

http://www.netguide.fr/Blogs_A_Propos_Du_Droit/Le_Blog_Droit_Administratif.hm

Consacré au droit administratif, ce blog s'adresse néanmoins à tout internaute désireux de mieux en maîtriser le sujet et ses implications concrètes.

<http://www.juliendurand.com/semio/>

sémiologie de l'image, généralités, données physiologiques , les composantes de l'image publicitaire, et notamment la composante plastique (avec bien sûr les composantes iconographique et linguistique) , vous avez lu "Rhétorique de l'image", le célèbre article de Roland Barthes, paru dans la revue Communication , les notions d'ancrage et de relais (pour décrire la relation texte / image), et celles de dénotation et de connotation (avec Barthes et Odin) sont connues de vous (je n'irais pas jusqu'à dire qu'elles n'ont plus de secret pour vous).

<http://fikirwatawasol.ahlablog.com/CaYaOYE-b1.htm>

موقع الأستاذ الحسين حريش (www.fikirwatawasol.com) فضاء الفلسفة والفكر والتواصل // دروس الفلسفة وفق المقررات الجديدة // دراسات وأبحاث // أخبار // التشريع المدرسي والمستجدات // فضاء المدرس والتلميذ

<http://kadri68.maktoobblog.com/>

مدونة تعنى بمادة الفيزياء والكيمياء الطور الثانوي بالجزائر حسب البرنامج الجديد: دروس, فروض, اختبارات, واجبات منزلية, حلول تمارين, تجارب علمية افتراضية, متفرقات.

<http://chemistry-hh.blogspot.com/>

مدونة الكيمياء والعلوم.

<http://civengine.blogspot.com/>

مدونة خاصة بالهندسة المدنية وكل ما يخصها من كتب ومدونات وبرامج ونقاشات وهي متاحة للجميع.

<http://dahimohamed.unblog.fr/>

السيمياثيات والنقد. Semiotique et critique

<http://mouradaldjazairi.maktoobblog.com/>

مدونة علوم الطبيعة والحياة، تهتم بكل ما يتعلق بتدريس مادة علوم الطبيعة و الحياة لمستوى التعليم المتوسط.

- (23) La question n'est plus de savoir si les médias font l'élection mais quelles sont les technologies qui favorisent la victoire d'un candidat à l'investiture démocrate aux Etats-Unis. Si l'on suit la trajectoire de M. Barack Obama depuis le début de l'année, la réponse tombe d'elle-même : ce ne serait plus les grosses machineries médiatiques, CNN, Time Warner ou ABC qui apporteraient un avantage décisif dans la course à la présidentielle démocrate, mais les réseaux sociaux sur Internet : Facebook, Myspace (Murdoch) ainsi que tous les sites ou blogs participatifs. Certes, les grands « networks » traditionnels de médias présentent encore l'avantage de s'adresser à l'ensemble de la population, puisque la télévision est encore la principale source d'information politique pour 90% des personnes interrogées, selon une étude récente de l'Université de Pennsylvanie [1]. Mais 42% — et 55% des jeunes de moins de 30 ans — sont déjà informés politiquement par Internet. Et surtout, les médias audiovisuels sont aujourd'hui très largement concurrencés dans un domaine hautement sensible : le financement de la campagne électorale.. Source : <http://blog.mondediplo.net/Information-2.0>

- (24) En mai 2005, on estimait le nombre de blogs à près 71 millions alors qu'aujourd'hui, ce nombre serait plus proche des 120 millions. Quelques 120 000 blogs seraient ainsi créés chaque jour. Source : <http://www.my.epokhe.com/2007/07/17/repartition-blogs-monde/>
- (25) Ce 21 avril à 13 heures M. Barack Obama lance ainsi une initiative hors du commun à l'adresse des internautes : il s'agit de recueillir 1 million de dollars en 1 minute. Impossible ? En janvier dernier, l'homme a réussi l'exploit de réunir 32 millions de dollars versés à 90 % par des dons de 100 dollars via Internet. En mars, il collecte encore 40 millions de dollars. Source : <http://blog.monediplo.net/2008-04-21-Barack-Obama-candidat-des-reseaux-sociaux-sur>

(٢٦) هنالك طرق عديدة لتحقيق الأرباح عبر المدونات تبسّطها بعض المواقع على شبكة الإنترنت وندرج منها ما يلي :

Vous pouvez faire de l'argent en mettant des publicités sur votre blog ou en utilisant comme média promotionnel. Même les hyperliens peuvent être source de revenus.

Adsense : Blogger supporte l'Adsense de Google pour faire de l'argent par les publicités tandis que d'autres hébergeurs de blog mettent une bannière sur vos pages et gardent les revenus pour eux... Adsense peut être utilisé aussi sur votre propre site.

Utiliser Adsense est très simple puisque il suffit de sélectionner un format et placer le code JavaScript correspondant sur vos pages HTML mais plusieurs étapes devront être accomplies avant que vous ne puissiez recevoir le premier paiement.

Amazon affilié : Aidez à vendre les produits des autres. Le principe ici est de faire des critiques de livres ou juste mentionner un livre sur votre blog, une fois que vous êtes enregistré au programme. Un lien est fourni aux visiteurs du blog pour cliquer vers Amazon qui fournit alors plus d'information sur le livre.

Visitez Amazon et cliquez sur le lien Join Associates en bas de page. Il y a de nombreuses étapes à accomplir pour créer un compte. Vos revenus dépendent à la fois des clics sur le produit à partir de votre blog et du pourcentage accordé à ce produit.

Blogads : Avec ce service (anglais) pour pouvez choisir le prix des publicités.

Vous enregistrez votre blog dans une base de données qui est visitée par de grandes compagnies qui choisissent les blogs pour une durée définie. Vous ne dépendez pas des clics: vous donnez 20% de vos revenus (vous avez fixé le montant) à Blogads. Vous êtes libre d'approuver ou décliner les publicités qui sont proposées sur votre blog.

Commission Junction : Programme d'affiliation pour e-Bay entre autres.

Linkshare : C'est un autre programme d'affiliation où vous gagnez de l'argent quand les internautes achètent des produits à partir de votre blog.

Source : <http://www.xul.fr/blog-adsense.html>

(٢٧) سيجل مركز مكافحة الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في فرنسا O.C.L.C.T.I.C سنة

٢٠٠٤ ٦٠٠٠٠ مخالفة، ٢٤، ٨٣٪ منها تخصّ تزيف واستعمال بطاقات إئتمان مزيفة، ١٣، ١٤٪ تتعلق بالغش في

استعمال أرقام بطاقات بنكية، والنسب الباقية تهّم الثلب، وترويج برامج معلوماتية لصناعة بطاقات بنكية

مزيفة، وترويج الأفلام الإباحية، والجذب المشترك لكل هذه الجرائم يتلخص في الغش، والكذب والتزيف.

(٢٨) انظر بحثنا في المجلد التونسيّة لعلوم الاتصال عدد ١٣ : Information et Espaces d Information

(٢٩) علي حرب، حديث النهايات، مرجع سابق، ص ٩٧.

(٣٠) مرجع سابق : <http://blog.mondediplo.net/2008-04-21-Barack-Obama-candidat-des-reseaux-sociaux-sur>

(٣١) تعمد العديد من الأنظمة السياسيّة في البلدان الأوروبيّة، وكذلك في البلدان السّائرة في طريق النّموّ بالخصوص إلى غلق مواقع ومدوّنات، هي في نظر أصحاب القرار قد تكون "مزعجة" للنظام السياسي القائم، أو "مهدّدة" للسّلم الاجتماعي والقيم الاجتماعيّة، ونسوق على سبيل المثال البعض من آلاف المواقع التي تمّ حجبها خلال السنوات الخمسة الماضية في مختلف بلدان العالم :

- سبتمبر ٢٠٠٤، السلطات المصريّة تحجب الموقع الإخباري "إخوان أون" لآين عن البث داخل مصر.
- نوفمبر ٢٠٠٤ السّلاطات السّويديّة تغلق ثلاث مواقع على الإنترنت، تقول إنّها مرتبطة بشبكة القاعدة.
- ديسمبر ٢٠٠٥، السلطات السعوديّة تغلق موقع "دار الندوة" الحواري الذي يعدّ من أكبر المواقع الحواريّة (الليبيراليّة) بالملكة.
- جوان ٢٠٠٦، السلطات الليبيّة تحجب موقع "دنيا الوطن" الإخباري.
- مارس ٢٠٠٨، السلطات الصّينيّة تحجب "اليوتيوب" و "ياهو" الإخباري على خلفيّة أحداث التّيب.
- أوت ٢٠٠٨، السلطات السوريّة تقدم على إغلاق الموقع الإخباري "النزاهة نيوز".
- أوت ٢٠٠٨، السلطات التونسيّة تحجب الموقع الاجتماعي العالمي "فايس بوك".
- أكتوبر ٢٠٠٨، إغلاق موقع "الأقصى تيوب" الذي يعدّ المنافس البارز لـ "اليوتيوب" تحت ضغوط أمريكيّة إسرائيليّة.
- ديسمبر ٢٠٠٨ الحكومة التايلنديّة تحجب ٢٣٠٠ موقع بتهمة العيب في الذات الملكيّة.
- جانفي ٢٠٠٩، السلطات المغربيّة تحجب المواقع الإلكترونيّة للعدل والإحسان وهي : (aljamaa.co)، (yassine.net)، (nadiyassine.net)، (mouminate.net).

(٣٢) نظريّة دوامة الصّمت، ورائدتها عالمة الاجتماع الألمانيّة : "إليزيبت نوّال نيومان" Elisabeth Noelle-Neumann استخدمت في مجال العلوم السياسيّة ومجال علوم الإعلام والاتصال لشرح كيفيّة تشكّل الرّأي العام، وهي نظريّة تأسّست في السبعينات من القرن الماضي على فرضيّة تفيد أنّ الفرد الاجتماعي هو ذو طبيعة مزدوجة : طبيعة خاصّة، وطبيعة اجتماعيّة. الطبيعة الاجتماعيّة للإنسان بشكل عام، تحتاج دائما أن يكون لها شكل من أشكال القبول لدى الآخرين سواء في المحيط المباشر أو في المحيط الكبير، فالفرد يسعى إلى معرفة طبيعة السلوك الذي من خلاله يقبله الآخرون أو يرفضونه. فإذا بدا له أنّ آراءه وأفكاره مقبولة لدى الآخرين، نجده يجهر بها عاليّا، وإذا حدث العكس فإنّه يجنح إلى إخفائها . وبما أنّه يوجد في المجتمع من يجهر عاليّا بآرائه وأفكاره، ويبدو ذلك شرعيّا في نظر من يوالونه، يوجد في المقابل من لا يتفقون مع ذلك ولكنهم يكتمون مواقفهم. يستمر المدّ بين التيارين في دوران لولبي إلى أن يسيطر التيار الأوّل على قاعدة الرّأي.

(٣٣) النماذج الأولى للاتصال، هي نماذج خطيّة ميّزت قوّة وسائل الإعلام في إحداث التّأثير، وأبرزها نموذج علماء الاجتماع (Harold Lasswel)، ونموذج المهندسين (Shannon et Weaver)، انظر :

Escarpit Robert, Théorie de l'Information et pratique politique ; Seuil 1981

Pierre Albert et autres, l'Information, librairie Larousse, 1977. (٣٤)

(٣٥) مرجع سابق، Escarpit Robert, Théorie de l'Information et pratique politique

(٣٦) عبد الله الزين الحيدري، مرجع سابق.

(٣٧) حول أخلاقيات العمل الصحفي يمكن مراجعة : Claude-Jean Bertrand, La deontologie des medias, PUF, 1998.

(٣٨) أثر الفراشة نظرية فزيائية و فلسفية ، ابتكرها "إدوارد لورنتز" عام ١٩٦٣ ، لتفسير ظواهر الترابطات والتأثيرات المتبادلة والمتواترة ، التي تنجم عن حدث أول ، قد يكون بسيطاً في حد ذاته ، لكنه يولد سلسلة متتابعة من النتائج والتطورات المتتالية والتي يفوق حجمها بمراحل حدث البداية ، وبشكل قد لا يتوقعه أحد ، وفي أماكن أبعد ما يكون عن التوقع ، وهو ما عبر عنه مفسرو هذه النظرية بشكل تمثيلي يقول ما معناه ، أن رفقة جناحي فراشة في الصين قد يتسبب عنه فيضانات وأعاصير ورياح هادرة في أبعد الأماكن في أمريكا أو أوروبا أو إفريقيا. (موسوعة ويكيبيديا).

(٣٩) إدوارد لورنتز رياضياتي أمريكي وعالم أرصاد جوية ، من رواد نظرية الشواش التي صاغ لها مصطلح تأثير الفراشة. انظر كتاب :

Gleick James, La théorie du chaos : vers une nouvelle science, Flammarion, 1999.

(٤٠) من النماذج والمفاهيم التي تمّ توظيفها في مجال العلوم الاجتماعية بعد إفراغها من خصائصها الفيزيائية والرياضية نذكر نموذج المنبه - الاستجابة ، نموذج شانون وويفر الرأسي ، نموذج فينير . ولقد تضمنت هذه النماذج مصطلحات وقع استخدامها في مجال علوم الإعلام والاتصال مثل مصطلح التشويش (noise) ومصطلح رجع الصدى (feedback) ، ومصطلح الأنتروبيا (entropie) .

(41) Willem Doise, Serge Moscovici, Les décisions en groupe, in Psychologie sociale, sous la Direction de serge Moscovici, PUF1984.

بيبلوغرافيا:

مؤلفات عربية:

- أمين سعيد عبد الغني ، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية ، إيتراك للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٨ .
- محمد نور الدين آفاية ، الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة ، نموذج هابرماس ، إفريقيا الشرق ، ١٩٩٨ .
- مايكل ديرتوزوس ، ثورة لم تنته ، حواسيب محورها الإنسان وما يمكن أن تؤديه لنا ، ترجمة مصطفى ، إبراهيم فهمي ، المنظمة العربية للترجمة ، ٢٠٠٧ .
- مجموعة من المؤلفين ، الإعلام الفضائي العربي ، المركز العربي للمعلومات ، ٢٠٠٧ .
- يورغن هابرماس ، العلم والتقنية ك " إيديولوجيا " ، ترجمة حسن صقر ، منشورات الجمل ، ٢٠٠٣ .
- مجموعة من المؤلفين ، فرانك مرميه (إشراف) الفضاء العربي ، ترجمة فريدريك معتوق ، قدمس للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣ .
- سعد صالح كاتب ، الإعلام القديم والإعلام الجديد ، هل الصحافة المطبوعة في طريقها للإنقراض ، شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر ، ٢٠٠٢ .
- عمر عبيد حسنة ، العولة فرص وتحديات ، سلسلة نحو فهم متجدد ، ٢٠٠٤ .
- علي حرب ، حديث النهايات ، فتوحات العولة ومآزق الهوية ، المركز الثقافي العربي ، ٢٠٠٠ .
- محمد محفوظ ، العولة وتحولات العالم ، المركز الثقافي العربي ، ٢٠٠٥ .
- عباس صادق مصطفى ، الإعلام الجديد ، المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، الشروق للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٨ .
- حسن مظفر الرزو ، الفضاء المعلوماتي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠٧ .
- جيمس غليك ، نظرية الفوضى ، علم اللامتوقع ، ترجمة ، تحقيق أحمد مغربي ، دار الساقبي للطباعة والنشر ، ٢٠٠٨ .

مؤلفات إنجليزية وفرنسية:

- Anh Tuan, Web Sémantique et réseaux sociaux : construction d'une Mémoire Collective par Recommandations mutuelles et représentations, ENST, 2005.
- Axford Barrie, Huggins Richard, New Media and Politics, Sage, 2001.
- Ascher François, La Société hypermonde, Aube, 2005.
- Balles Francis, Les médias, PUF, 2009.
- Berry Gérard, Pourquoi et comment le monde devient numérique, Fayard, 2008.
- Barbet Philippe, Liotard Isabelle, Société de l'Information, Enjeux économiques et juridiques, Harmattan, 2006.
- Boll Susanne, Advances In Multimedia modeling, Springer, 2010
- Boni Alexandre, Stemart Nicolas, Facebook et les autres réseaux sociaux, Micro Application, 2008.
- Confino Frank, Le blog Territorial, Nouvel enjeu de la communication Locale, Territorial Editions, 2007.
- Cristofol et autres, nouveaux médias, nouveaux langages, nouvelles écritures, Lentretemps, 2005.
- Desavoye Benoît, Les Blogs, M21 Editions, 2005.
- Doueihi Miled, La grande conversion numérique, Seuil, 2008.
- Escarpit Robert, Théorie de l'Information et pratique politique; Seuil 1981.
- Escarpit Robert, Théorie générale de l'Information et de la communication, Hachette, 1984.
- Elisabeth Noelle-Neumann The spiral of silence : public opinion our social skin, University of Chicago press, 1993.
- Fievet Cyril, Turrettini Emily, Blog Story, Editions d'Organisation, 2004.
- Flew Terry, New Media : an Introduction, Oxford University Press, 2008.
- Gervais Jean-François, Web 2.0, Les Internauts au pouvoir : Blogs, Réseaux sociaux, Partage de vidéo, Mashups..., Dunod, 2006.
- Gleick James, La théorie du chaos, Champs, Flammarion, 2000.
- Goudet Jean-Luc, Internet : Passer à la vitesse supérieure, Dunod, 2003.
- Haski Pierre, Internet et la Chine, Seuil, 2008.
- Henry Jenkins, Convergence Culture : Where Old and New Media Collide, NYU Press 2006.
- Klein Annabelle, Objectifs Blogs ; Exploration dynamique de la blogosphere. Harmattan, 2007.
- Latour Bruno, Changer de société, Refaire de la sociologie, La Découverte, 2006.
- Le Glatin Marc, Internet, Un Séisme dans la Culture ? L'Attribut, 2007.
- Le Page Agathe, Pigeat Henri, L'opinion Numérique, Dalloz, 2006.
- Limore Yagil, Internet et les droits de la personne ; nouveaux enjeux Ethiques à l'âge de la mondialisation, Cerf, 2006.
- Lazeqa Emmanuel, Réseaux sociaux et structures relationnelles, PUF, 2eme éd. 2007.
- Luigi Lancieri, Interactions humaines dans les Réseaux, Hermes Science Publication, 2005.
- Machado Da Silva. Juremir, Les technologies de l'Imaginaire ; Médias et Culture à l'ère de la Communication totale, Table ronde 2008.
- Mathias Paul, Des Libertés numériques, PUF, 2008.
- Mace Sandrine, Wright Jeremy (adaptation), Blog Marketing : Instaurez le dialogue avec vos clients, Village Mondial 2006.
- Mercklé Pierre, Sociologie des réseaux sociaux, La découverte, 2004.
- Morin Edgar, Introduction à la pensée complexe, ESF, 1990.
- Missika Jean-Louis, La fin de la télévision, Seuil, 2006.
- Moscovici Serge, (sous la direction), Psychologie Sociale, PUF, 1984.
- Pascal Joseph, La société immédiate. Essai. Calmann-Levy, 2008.
- Papilloud Christian, La société collaborative, Technologies Digitales et lien Social. Harmattan, 2007.
- Philippe Gil et autres, Les nouveaux métiers de la Formation ; Développer de Nouvelles compétences pour une Formation Réinventée, Dunod, 2004.
- Stiegler-B, Des Réseaux sociaux, 1001 Nuits, 2009.

دراسات:

- أحمد فلاح العموش، الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود. ٢٠٠٩
- الحمامي صادق، الإعلام الجديد، مقارنة تواصلية، الإذاعات العربية عدد ٤ / ٢٠٠٦.
- عصام نصر سليم، حدود حرية الرأي في ساحات الحوار العربي عبر الإنترنت، البوابة العربية للعلوم الإعلام، ٢٠٠٨.
- زهير الخويلدي، وول ستريت الثانية: نهاية إيديولوجيا العولمة، التجديد العربي، (Arab renewal.org)، ٢٠٠٨.
- زهير الخويلدي، الكوني والعالمي والعولمي، التجديد العربي، (Arab renewal.org)، ٢٠٠٨.
- عيسى عبد الباقي موسى، انعكاسات الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد على تنمية وعي الشباب الجامعي، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود. ٢٠٠٩

تقارير:

- مؤسسة الفكر العربي، التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، مؤسسة الفكر العربي ٢٠٠٨.
- ستاتيت أوف نيوز ميديا ريبورت (state of news media report) الإعلام الجديد، ٢٠٠٨.
- تقرير الأمم المتحدة للتنمية البشرية، توظيف التكنولوجيا الحديثة لخدمة التنمية البشرية، ٢٠٠١.

مواقع:

- البوابة العربية للعلوم الإعلام والاتصال
http://arabmediastudies.net
- البوابة العربية للأخبار التقنية.
http://www.aitnews.com/news/8599.html
- الموقع العربي الأول للإعلام الجديد.
http://www.ekateb.net
- الكتاب العربي الإلكتروني.
http://www.arabicebook.com
- المواقع "الاجتماعية" بين متعة التعارف وخطورة نشر المعلومات الشخصية.
http://www.dw-world.de/dw/article/
- المواقع الاجتماعية
http://stylish-solutions.net/2008/05-social-networks-society-politics/
- المواقع الاجتماعية تحوّل الغرباء إلى أصدقاء ... السعادة على الشبكة العنكبوتية.
http://www.alhayat.com/science_tech/
- الفايس بوك يتصدّر المواقع الاجتماعية عالمياً.
http://www.almotamar.net/news/61304.htm
- المواقع الاجتماعية والـ Facebook بعيون الشباب.
http://www.youtube.com/watch
- موسوعة المواقع الاجتماعية.
http://www.akteb.com/social.html

- المواقع الإخبارية الاجتماعية.
- <http://cashflowec.maktoobblog.com/>
- مجمع المدونات المصرية.
- <http://www.omraneya.net>
- المدونات تراحم الصحافة الرسمية في تونس.
- <http://mytunisie.rsfblog.org/archive/>
- مجتمع المدونات السورية.
- <http://www.almudawen.net/ar>
- مدونات إيلاف.
- <http://www.elaphblog.com>
- المدونات الصوتية.
- http://www.unicef.org/arabic/videoaudio/24330_39588.html
- دليل المدونات العربية.
- <http://www.3rblogs.com>
- لغة المدونات الإلكترونية.
- <http://www.america.gov/st/diversity-arabic>
- المدونات والاتجاه في طريق المنتديات.
- <http://www.tech-wd.com/wd/?p=2927>
- مرصد المدونين.
- <http://www.bloggers-observatory.org/archives/>